Содержание

Введение

Глава 1. Понятие и история права на фирменное наименование

1.1 Возникновение права на фирменное наименование: исторический аспект

1.2 Правовая охрана фирменных наименований

Глава 2. Порядок предоставления и способы гражданско-правовой охраны фирменного наименования

2.1 Субъекты прав на фирменные наименования

2.2 Основные положения процедуры регистрации фирменного наименования

2.3 Содержание права на фирменное наименование и его прекращение

2.4 Фирменное наименование на современном этапе развития законодательства и его защита

Заключение

Библиографический список

## Введение

Актуальность темы исследования. Рыночная экономика явилась предпосылкой возникновения жесткой к конкуренции среди участников предпринимательской деятельности за потребителя. С целью привлечения клиентеллы предприниматели делают большие финансовые вложения в проведение рекламных компаний, улучшение качественных характеристик товаров, работ и услуг. В силу этого каждый предприниматель заинтересован в том, чтобы его предприятие, его бизнес не смешивался в глазах потребителей с предприятием конкурента. Поэтому участники рынка используют в своей деятельности разного рода различительные знаки, среди которых основную роль играет фирменное наименование.

Фирменное наименование используется коммерческими организациями, чтобы индивидуализировать свою деятельность, привлечь и закрепить потребителей и не допустить смешения своего бизнеса в глазах потребителей с деятельностью конкурентов. Таким образом, в использовании института фирменного наименования заинтересованы все субъекты, которые осуществляют предпринимательскую деятельность, а именно - коммерческие организации, предприниматели без образования юридического лица, а также некоммерческие организации, осуществляющие предпринимательскую деятельность в пределах, установленных законом. Согласно статье 54 ГК РФ только коммерческие организации имеют право использовать фирменное наименование, которое выполняет не только функцию индивидуализации деятельности организации, но и роль наименования коммерческой организации. Однако осуществление функций индивидуализации бизнеса и субъекта предпринимательской деятельности путем установления единого режима фирменного наименования представляется теоретически спорным и вызывает на практике многочисленные противоречия.

Кроме того, интересы предпринимателей без образования юридического лица и некоммерческих организаций, занимающихся предпринимательской деятельностью, в охране своей клиентеллы и индивидуализации бизнеса остаются незащищенными. Данный пробел законодательства приводит на практике к многочисленным злоупотреблениям, а именно, к использованию различительных знаков индивидуальных предпринимателей и некоммерческих организаций в фирменных наименованиях коммерческих организаций с целью "кражи" потребителей. Решение отмеченных проблем представляется необходимым и своевременным. Актуальность исследования фирменного наименования обусловлена также тем, что в науке нет единого мнения по поводу содержания понятия "фирменное наименование". Кроме того, действующее законодательство, регулирующее отношения по поводу фирменных наименований, характеризуется несовершенством положений.

Необходимость всестороннего теоретического изучения данной проблемы обусловлена разработкой проекта Федерального закона "О фирменных наименованиях".

В то же время, проблема охраны доброго имени в отношении юридических лиц является не менее насущной по сравнению с защитой доброго имени физическими лицами.

Изложенные обстоятельства, свидетельствующие об актуальности научной разработки вопросов, связанных с использованием фирменных наименований, наименований и коммерческих обозначений, и обусловили выбор данной проблемы в качестве темы исследования.

Степень научной разработанности темы. Общие положения о статусе участников гражданского оборота затрагивали в своих работах Авилов Г.Е., Агарков М.М., Безбах В.В., Белых B. C., Гаврилов Э.П., Голофаев В.В. Гордон В.М., Граве К.А., Данилова Е.Н., Еременко В.И., Зенин И.А., Зенкин Н.М., Каминка А.И., Кулагин М.И., Масевич М.Г., Медведев Д.А., Муромцев Г.И., Орлова В.В., Попондопуло В.Ф., Пугинский Б.И., Пучинский В.К., Розенберг В.В., Сергеев А.А., Сергеев А.П., Суханов Е.А., Трахтенгерц Л.А., Удинцев В.А., Флейшиц Е.А., Халфина P. O., Хейфец И.Я., Цитович П.П., Чернощеков Н., Шершеневич Г.Ф., Шретер В., Якушев B. C. и др.

Целью настоящего исследования является комплексное изучение института наименования юридических лиц, института фирменного наименования коммерческих организаций в российской законодательстве, изучение вопросов, связанных с использованием коммерческих обозначений, а также разработка и внесение предложений по совершенствованию действующего гражданского законодательства в рассматриваемой сфере.

Исходя из поставленной цели, в настоящей работе предпринята попытка решить следующие основные задачи:

Исследовать предпосылки возникновения и генезис института фирмы в российском законодательстве;

На основе анализа существующих воззрений по поводу природы фирмы, определить содержание понятия "фирменное наименование" и его функциональное назначение;

Исследовать оптимальность законодательного регулирования отношений по поводу фирменных наименований с точки зрения осуществляемых рассматриваемым правовым институтом функций;

Раскрыть содержание правомочий обладателей права на фирменное наименование и коммерческое обозначение;

Определить субъектный состав правоотношений по поводу фирменных наименований и коммерческих обозначений.

Объектом исследования выступают гражданско-правовые отношения, складывающиеся по поводу наименований юридических лиц, фирменных наименований коммерческих организаций.

Предметом исследования являются гражданско-правовые нормы, содержащиеся в Гражданском кодексе РФ и других нормативно-правовых актах, судебная практика.

Методы исследования. Методологическую основу исследования составили формально-логический, исторический, систематический, сравнительно-правовой методы.

Структура работы. Структура работы обусловлена поставленными задачами исследования и состоит из введения, трех глав, включающих в себя семь параграфов и библиографического списка.

## Глава 1. Понятие и история права на фирменное наименование

## 1.1 Возникновение права на фирменное наименование: исторический аспект

Право на фирменное наименование как право субъекта идентифицировать свою деятельность вызывает в современной России множество споров и пока не имеет четкого правового регулирования, соответствующего текущей практике. Вместе с тем представляется возможным заметить, что данное право в России, как и в иных странах, возникло очень давно, формировалось и изменялось постепенно под влиянием исторических, экономических, геополитических и иных факторов.

Так, первые предпосылки к его формировании существовали, очевидно, еще в древнем обществе[[1]](#footnote-1) как право на обозначение места пребывания (наскальные рисунки), указание на принадлежность скота, орудий труда (клеймо) возникает как все естественные права от рождения человека. Причем постепенно люди объединяются в стада, ведь первобытный человек не мог выжить в одиночку. Например, охотник обладал определенными навыками и орудиями для охоты, соответственно, как и собиратель плодов и ловец рыбы. Именно указанные навыки, орудия и результаты деятельности позволяли различать людей, их группы и присваивать им определенные названия. Например, охотник, охотники.

Постепенно стада перерастают в общины, которые представляли собой более многочисленные группы родственников, занимавшихся производством. Возникают ремесло, торговля. Купцы и путешественники также определенным образом называют себя, например, в зависимости от товара, которым торгуют, или местности, из которой происходят. Например, сыроделы, индусы и т.д.

Таким образом, под правом на фирменное наименование на родоплеменном этапе подразумевалось право лица (группы лиц) называть себя в соответствии с родом деятельности, местом происхождения или иными особенностями, навыками и т.д., которые позволяли выделить человека (группу лиц) среди себе подобных[[2]](#footnote-2).

Затем формируются племена и далее - союзы племен. Племена кочуют, происходит естественный процесс завоевания одного племени другим. Некоторые из них постепенно переходят к более высокой ступени их организации - государству.

Следующий этап возникновения права на фирменное наименование следует отнести к периоду возникновения и развития первых государств, среди которых выделяется Древний Рим[[3]](#footnote-3).

Так, римские товарищества[[4]](#footnote-4) представляли собой договорное объединение людей для достижения общей цели. Договор, на основании которого объединялись товарищи (socii), мог быть устным или письменным, однако существенными его условиями были: соглашение совместно действовать для достижения общей цели, объединение имущества.

Вместе с тем главное отличие римских товариществ от современных было в том, что имущество товарищества не было имуществом одного субъекта как юридического лица, соответственно и права и обязанности имели отдельные товарищи, а не товарищество в целом. Безусловно, что каждое из указанных объединений товарищей было вынуждено себя каким-то образом выделять от остальных, называть, указывая при этом каждого участника. Хотя по-прежнему и ремесленники, и путешественники работают в группах и по одиночке, называя себя в соответствии с родом деятельности, местом происхождения или иными особенностями, навыками и т.д.

Таким образом, представляется возможным указать, что в этот период фирменное наименование рассматривается как название лица, группы лиц, в том числе и объединенных в товарищество.

Соответственно, на данном этапе под правом на фирменное наименование понималось право лица или группы лиц (товарищества) называть себя в соответствии с родом деятельности, местом происхождения или иными особенностями, навыками путем указания лица, группы лиц или поименного перечисления участников товарищества. Более того, данное право закрепляется с помощью государства, о чем говорится в Законах Хаммурапи, Солона, работах юристов Древнего Рима и т.д. [[5]](#footnote-5)

Вместе с тем в своем современном виде в средневековой Европе товарищества впервые появились в Италии в конце XIV в., постепенно распространившись по всей Европе. Во Франции в 1673 г. был составлен "Ordonnance de commerce", регламентирующий деятельность товариществ[[6]](#footnote-6).

В России практический интерес к деятельности разного рода торговых компаний впервые появился в конце XVII столетия.

Определенную роль в этом отношении следует отнести к деятельности английской компании в России. Так, первым законодательным актом, имеющим отношение к корпорациям, после возвращения Петра I из-за границы в 1699 г., когда он под влиянием своих заграничных путешествий утвердился во мнении о необходимости перенесения к нам этого института, стал Указ от 27 октября 1699 г., где купцам предписывалось составлять, как и в других государствах, торговые компании[[7]](#footnote-7).

Указы от 27 октября 1706 г. и 2 марта 1711 г., в свою очередь, также были основаны на идее необходимости для русских людей торговли компаниями по образцу западноевропейских.

При этом первоначально надо было изучить опыт других стран, накопленный в этом вопросе, и русское правительство делало это, ведя переговоры с различными иностранными правительствами и частными лицами, предпринимателями относительно торговых трактатов, контрактов и привилегий. Петр I послал в Европу с целью специально изучать опыт создания корпораций нескольких доверенных лиц, был составлен в 1739 г. проект компании для торговли с Китаем. Сенат рассмотрел проект, выяснив, какая от него будет польза для казны, и вынес решение о начале записи в Коммерц-коллегии. Однако на призывы правительства никто не откликнулся. Ученые придерживаются по этому поводу мнения, что крупные предприниматели того времени были поставлены в исключительно привилегированное положение, их свобода была чрезмерна и, по существу, безответственна, для них смысла объединяться не было.

Впервые перешли от проектов к делу в 1757 г., и была создана Российская Константинопольская компания. В 1758 г. создали компанию Персидского торга. В 1794 г. была создана Российско-Американская компания. Отыскивая ценные меха, русские купцы снаряжали экспедиции на Алеутские и Курильские острова. Ввиду значительного риска и больших затрат, сопряженных с подобными экспедициями, русские купцы объединялись в компанию для ведения такого рода торговли. Хотя представление о порядке организации и структуре такого рода компаний оставалось все еще не до конца понятным, в том числе и для их организаторов.

Таким образом, в соответствии с европейскими традициями и в России фирменное наименование рассматривается как название лица, группы лиц, в том числе и объединенных в компанию (товарищество).

Соответственно, под правом на фирменное наименование в этот период понималось:

право лица называть себя в соответствии с родом деятельности с указанием целей создания, места происхождения или иными особенностями;

право компании называть себя в соответствии с родом деятельности с указанием целей создания, места происхождения или иными особенностями;

право полного товарищества называть себя в соответствии с родом деятельности, путем перечисления участников.

В Манифесте Александра I от 1 января 1807 г. содержались пожелание и рекомендации организовывать товарищества: полные и на вере, товарищества "по участкам", т.е. товарищества, имеющие складочный капитал. В эти товарищества, имеющие складочный капитал, говорилось в Указе, допускаются участники из всех сословий, а не только те, кто принадлежит к купечеству[[8]](#footnote-8).

Однако почти полное отсутствие законодательства, регулирующего правовое положение товариществ, неблагоприятно отразилось на их распространении, и они все еще оставались малоизвестными в широких кругах российского общества. Соответственно, в российском законодательстве не было и определения фирмы.

Впервые определение фирмы было дано в Торговом уложении Германии 1861 г. и затем закреплено в законодательстве Швеции, Норвегии, Финляндии, Швейцарии.

Вместе с тем были разработаны два проекта Положения о торговой записи и о фирмах (1883, 1889), которые обсуждались в судебных учреждениях и торговым сословием России.

Так, Проект 1889 г. указывал[[9]](#footnote-9), что "фирма есть название, под которым единоличный хозяин торгового предприятия, или же товарищество, или общество производят торговлю и которым хозяин или представители товарищества или общества подписываются" (ст.43).

"Тот, к кому торговое предприятие перейдет по договору или по наследству, может, буде прежний хозяин или наследники его изъявят на то согласие, продолжать торговое предприятие под прежней фирмою с присовокуплением к ней, буде пожелает, выражения, означающего преемственность... Отчуждение одной лишь фирмы без самого торгового предприятия не допускается.

Ввиду сего за преемником первоначального хозяина торгового предприятия следует признать право продолжать торговлю под прежней фирмой, конечно, не иначе как с согласия прежнего хозяина или наследников его" (ст. ст.16, 17).

Причем, "по толкованию Сената, фирма есть внешнее название или имя, даваемое лицом, производящим торговлю, своему торговому делу или предприятию"[[10]](#footnote-10).

Также определенные характеристики фирменного наименования содержались, например, в статьях, регламентирующих порядок учреждения товарищества (в ст. ст.62, 71 Торгового устава) и акционерной компании (ст.2148 Гражданского законодательства).

В частности, в соответствии со ст.2148 Гражданского законодательства "каждая компания должна быть учреждаема под определительным наименованием, от предметов или свойства предприятия заимствованным".

Или, например, в соответствии со ст.62 Торгового устава полное товарищество "составляется из двух или многих товарищей, положивших за едино торговать под общим названием всех"[[11]](#footnote-11).

Вместе с тем определенное значение для понимания сути права на фирменное наименование имел ответ Министерства юстиции на запрос Министерства торговли и промышленности, где было указано, что "хотя... в действующем законодательстве не имелось точных постановлений о том, является ли фирма именем предприятия или его хозяина, тем не менее торговые обычаи и судебная практика всегда склонялись к тому, что совпадения гражданского имени купца с фирмою не требуется ни при самом возникновении предприятия, ни при переходе его к другим лицам... В настоящее время в действующих законах установлено вполне определенно, что фирма есть имя не купца, а дела".

Таким образом, представляется возможным указать, что в этот период фирменное наименование, как правило, используется для обозначения субъекта прав на конкретное торгово-промышленное предприятие или как имя владельца (как правило, первого владельца) данного предприятия, ведь именно предприятие (компания), а не группа лиц становится основой хозяйственной жизни. Однако следует заметить, что предприятие по-прежнему является не субъектом, а объектом правовых отношений, поэтому права и обязанности из совершаемых сделок приобретал и осуществлял его владелец.

После 1917 г. хозяйственные отношения в России существенно изменились. Имущественный оборот в структурном отношении как бы распался на две части: государственный оборот, основанный на методах централизованного регулирования, и частный оборот, обслуживающий потребителей[[12]](#footnote-12). Попытки сочетать на первых порах централизованные и децентрализованные начала в народном хозяйстве вели к поиску иных, промежуточных форм организации предприятий. Тогда вновь решили обратиться к формам хозяйственных товариществ и обществ, использовавшихся до революции.

Именно в тот период был принят первый (и по настоящее время единственный) в истории российского права нормативный акт, посвященный фирменным наименованиям, - Положение о фирме, утвержденное Постановлением ЦИК и СНК СССР от 22 июня 1927 г. (далее - Положение о фирме) [[13]](#footnote-13). До его принятия в каждом отдельном случае соответствующие законы указывали, каково должно быть содержание фирменного наименования, товарищества, треста и т.п. Кроме того, в некоторых специальных законах явно признавалась фирма не только юридического лица, но и единоличных владельцев. Так, например, еще Декрет о товарном знаке 1922 г., говоря о содержании товарного знака, упоминал и о фирме, а Уголовный кодекс 1922 г. в ст. 199 карал за самовольное пользование "чужой" фирмой. Но, несмотря на это, законы вопросы о фирмах не регулировали, как и не рассматривали проблемы исключительного права на фирму.

Положение о фирме определило структуру фирмы применительно к отдельным видам субъектов (юридических лиц различных организационно-правовых форм, единоличных предпринимателей), основания возникновения, прекращения права на фирму.

Согласно ст. ст.1, 2, 3 Положения фирменное наименование госпредприятий, кооперативных организаций и всех видов уставных товариществ должно в любом случае содержать следующие указания - два видовых признака, а именно: предмет предприятия и вид правовой организации его владельца (трест, акционерное общество, кооператив и т.д.); для госпредприятий сюда еще присоединяется третий видовой признак - указание на подчинение соответствующему ведомству. Для товариществ договорных ввиду значения личной дополнительной ответственности участников Положение требовало, чтобы наряду с указанными выше видовыми признаками в фирме указывались имена не менее двух товарищей, несущих неограниченную ответственность (ст. ст.4 и 5). Для единоличного предприятия закон, как всюду на Западе, требует указания имени и фамилии владельца, но в отличие от западных законодательств закон требует к этому добавления и предмета предприятия. В соответствии со ст.6 фирма должна содержать какие-либо указания, необходимые для отличия предприятия от других однородных предприятий; таким указанием может быть оригинальное наименование ("Красный Октябрь"), указание местонахождения или просто номер предприятия, как это принято в текстильной промышленности.

В правильном использовании фирмы заинтересован не только владелец предприятия, в интересах оборота Положение содержит принцип истинности фирмы, воспрещая помещение в фирме указаний, способных ввести в заблуждение (абз.2 ст.7).

В фирму (ст. ст.7 и 8) также может быть включено и сокращенное наименование предприятия (Гормет, Гомза и проч.).

В интересах владельца Положение признает за ним исключительное право на избранную им фирму (ст. ст.8 и 12), т.е. обладателю фирмы предоставляется право запретить в порядке предъявления гражданского иска всякому другому пользоваться "тождественной или сходной фирмой".

По Положению 1927 г. право на фирму возникает с момента, когда фактически началось пользование фирмой при условии соответствия ее требованиям закона. Никакой особой регистрации право на фирму не подлежит (ст.10).

Вместе с тем проведенный анализ статей Положения о фирме не раскрывает однозначно сущности фирмы.

Все последующие годы ни законов, ни подзаконных актов по данному вопросу принято не было.

Принятый в 1964 г. Гражданский кодекс РСФСР в ст.29 установил, что юридическое лицо имеет свое наименование, а права и обязанности хозяйственных организаций, связанные с фирменными наименованиями, определяются законодательством СССР, состоявшим из рассмотренного выше Положения о фирме.

Первой современной попыткой навести порядок в названиях фирм стало Постановление Верховного Совета от 15 апреля 1993 г. № 4814-1 "О правопреемстве фирменных наименований акционерных государственных предприятий"[[14]](#footnote-14), согласно которому за ними были закреплены наименования, принадлежавшие им до приватизации. И если под этими названиями оказались зарегистрированы другие акционерные общества (товарищества), они должны были в течение месяца сменить свои наименования на другие. Причем без уплаты каких бы то ни было пошлин или штрафов.

Фирменные наименования в соответствии со ст.138 Гражданского кодекса Российской Федерации отнесены к объектам интеллектуальной собственности. Также в отношении фирменных наименований действует ряд норм Гражданского кодекса Российской Федерации (положения ст. ст.2, 51, 54, 69, 82, 87, 95, 96, 107, 113, 115, 128, 132, 138, гл.54).

Действующий Гражданский кодекс Российской Федерации расширил свободу участников экономических отношений, устранил имевшиеся ранее ограничения и запреты в сфере экономической деятельности, однако оптимальная модель правового регулирования института фирменного наименования в Российской Федерации пока не сформирована.

Таким образом, под правом на фирменное наименование на современном этапе подразумевается право группы лиц называть себя в соответствии с конкретным родом деятельности, которое позволяет выделить группу лиц среди себе подобных. И по своей сути с древних времен до настоящего периода право на фирменное наименование являлось и является субъективным правом.

## 1.2 Правовая охрана фирменных наименований

В недавно принятой части четвертой ГК РФ в качестве объектов правовой охраны указаны фирменные наименования (§ 1 гл.76 ГК). Последние относятся к так называемым средствам индивидуализации, на которые законодатель распространил тот же правовой режим, что и на результаты интеллектуальной деятельности.

Следует отметить, что как ранее действовавшее законодательство, так и ч.4 ГК не содержат легального определения фирменных наименований. Существует только перечень условий, которым оно должно отвечать. В частности, фирменное наименование должно быть словесным обозначением, должно иметь индивидуализирующую функцию, не должно вводить в заблуждение.

Фирменное наименование (фирма) - это разновидность средств индивидуализации коммерческих юридических лиц. Под этим наименованием юридические лица приобретают и осуществляют имущественные и неимущественные права и обязанности, ведут производственную и (или) иную основанную на законе деятельность, выступают истцом и ответчиком в суде (арбитраже). Главное его назначение - индивидуализировать участника гражданского оборота - предпринимателя - среди других лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью. Такая способность к индивидуализации должна базироваться на некоторых общих положениях, касающихся требований, обязательных по отношению к фирменным наименованиям. Следует обратить внимание на то, что некоммерческим организациям в РФ прямо не запрещено иметь фирменные наименования. Так, если согласно п.4 ст.54 ГК РФ для коммерческих организаций требование иметь фирменное наименование является императивным, то можно прийти к выводу, что некоммерческие организации, которые в соответствии со своими уставными документами осуществляют предпринимательскую деятельность, могут также зарегистрировать фирменные наименования[[15]](#footnote-15).

Как уже сказано, основная функция фирменного наименования состоит в индивидуализации коммерческой организации, что сближает указанный объект с товарным знаком. Так же как и товарный знак, фирменное наименование организации, имеющей хорошую деловую репутацию, может выполнять и рекламную функцию. При этом фирменное наименование может как полностью, так и частично входить в товарный знак[[16]](#footnote-16).

Согласно ст.138 ГК на фирменные наименования возникают исключительные права. Поэтому порядок их регистрации и использования должен определяться законом и иными правовыми актами. Поскольку пока такого закона и иного правового акта не принято, фирменное наименование коммерческих организаций должно регистрироваться в составе их учредительных документов при регистрации самих организаций. В настоящее время органом исполнительной власти, осуществляющим государственную регистрацию юридических лиц, является, согласно Положению от 30 сентября 2004 г. № 506 "Об утверждении положения о Федеральной налоговой службе"[[17]](#footnote-17), Федеральная налоговая служба. Последняя и осуществляет государственную регистрацию фирменных наименований.

С момента такой регистрации у юридического лица возникает исключительное право на использование фирменного наименования (право на фирму). В соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей"[[18]](#footnote-18) в Едином государственном реестре юридических лиц содержатся сведения о полном и (в случае, если оно имеется) сокращенном наименовании, в том числе фирменном наименовании на русском языке для коммерческих организаций. Но на налоговые органы, осуществляющие регистрацию юридических лиц, не возложены полномочия по осуществлению проверок фирменных наименований юридических лиц.

Фирменное наименование входит в состав предприятия как имущественного комплекса (ст.132 ГК). В данном случае предприятие рассматривается как объект права, а не как субъект.

Структурно фирменное наименование включает два компонента: указание на организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица. Наряду с полным фирменным наименованием допускается также сокращенная форма наименования в виде логотипа и т.п. По существу собственно наименование юридического лица и является средством индивидуализации, необходимым для отличия данной организации от других. При этом последнее не может состоять из слов, составляющих только род деятельности (например, ликероводочный завод). В качестве такого наименования может быть использовано любое оригинальное слово или словосочетание за установленными изъятиями.

В частности в п.4 ст.1473 ГК установлены следующие ограничения на использование фирменных наименований. Так, согласно указанному пункту в фирменное наименование юридического лица не могут включаться:

полные или сокращенные официальные наименования Российской Федерации, иностранных государств, а также слова, производные от таких наименований;

полные или сокращенные официальные наименования федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления муниципальных образований;

полные или сокращенные наименования международных и межправительственных организаций;

полные или сокращенные наименования общественных объединений;

обозначения, противоречащие общественным интересам, а также принципам гуманности и морали.

Фирменное наименование государственного (муниципального) унитарного предприятия может содержать указание на принадлежность такого предприятия соответственно Российской Федерации или субъекту Российской Федерации.

Включение в фирменное наименование акционерного общества официального наименования Российской Федерации или субъекта Российской Федерации, а также слов, производных от таких наименований, допускается по разрешению соответственно Правительства Российской Федерации или уполномоченного органа государственной власти субъекта Российской Федерации, если более семидесяти пяти процентов акций акционерного общества принадлежит соответственно Российской Федерации или субъекту Российской Федерации. Такое разрешение выдается без указания срока его действия и может быть отозвано в случае отпадения обстоятельств, в силу которых оно было выдано. Порядок выдачи и отзыва разрешений устанавливается законом.

Особые требования предъявляются к фирменным наименованиям банковских организаций. Согласно ст.7 Закона о банках и банковской деятельности кредитная организация имеет фирменное (полное официальное) наименование на русском языке, может иметь наименование на другом языке народов Российской Федерации, сокращенное наименование и наименование на иностранном языке. Кредитная организация имеет печать со своим фирменным наименованием.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер деятельности этого юридического лица посредством использования слов "банк" или "небанковская кредитная организация", а также указание на его организационно-правовую форму.

Банк России обязан при рассмотрении заявления о государственной регистрации кредитной организации запретить использование наименования кредитной организации, если предполагаемое наименование уже содержится в Книге государственной регистрации кредитных организаций. Использование в наименовании кредитной организации слов "Россия", "Российская Федерация", "государственный", "федеральный" и "центральный", производных от них слов и словосочетаний допускается в порядке, устанавливаемом законодательными актами Российской Федерации.

Действующее российское законодательство определяет правила построения фирменных наименований для отдельных видов коммерческих организаций. Так, согласно п.1 ст.5 Закона о производственных кооперативах фирменное наименование кооператива должно содержать его наименование и слова "производственный кооператив" или "артель". В соответствии со ст.4 Закона об ООО общество должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Общество вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов РФ и (или) иностранных языках.

Согласно п.3 ст.69 ГК РФ фирменное наименование полного товарищества должно содержать либо имена (наименования) всех его участников и слова "полное товарищество", либо имя (наименование) одного или нескольких участников с добавлением слов "и компания" и слов "полное товарищество". В соответствии с п.4 ст.82 ГК РФ фирменное наименование товарищества на вере должно содержать либо имена (наименования) всех полных товарищей и слова "товарищество на вере" или "коммандитное товарищество", либо имя (наименование) не менее чем одного товарища с добавлением слов "и компания" и слов "товарищество на вере" или "коммандитное товарищество".

В соответствии с п.3 ст.1473 ГК фирменное наименование может быть как полным, так и сокращенным. При этом использование полного фирменного наименования является обязательным, а сокращенного - факультативным. Правовую защиту сокращенное фирменное наименование получает только в том случае, если оно внесено в единый государственный реестр юридических лиц. Согласно п.4 ст.54 ГК юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Таким образом, представление в регистрирующие органы сведений о фирменном наименовании является обязательным условием регистрации коммерческой организации. Цель указанного правила заключается в том, чтобы избежать обезличения участников гражданского оборота.

Наименование коммерческой организации называется фирменным, поскольку является объектом исключительного права на фирму (лат. firma - подпись, условное наименование). Юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право его использования (ст.1474 ГК). Это значит, что другие юридические лица не имеют права использовать фирменное наименование, зарегистрированное у конкретного юридического лица. Кроме того, следует учитывать, что исключительное право на фирменное наименование возникает только в силу государственной регистрации, а не в силу факта использования, как это предусмотрено Парижской конвенцией по охране промышленной собственности.

Лицо, неправомерно использующее чужое зарегистрированное фирменное наименование, по требованию обладателя права на фирменное наименование обязано прекратить его использование и возместить причиненные убытки. В п.1 ст.1474 ГК приводится примерный перечень способов использования фирменных наименований. Он, в частности, включает использование любым не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках.

В п.3 ст.1473 ГК говорится о том, что фирменное наименование должно быть на русском языке. Однако, кроме того, юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

В отличие от других средств индивидуализации исключительное право на фирменные наименования не включает право на распоряжение ими. В п.2 ст.1474 ГК содержится абсолютный запрет на распоряжение фирменным наименованием (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования). Такой запрет, во-первых, противоречит самой идее исключительного права, во-вторых, потребовал внесения изменений в ГК, исключающих возможность отчуждения фирменных наименований. Так, в качестве примера можно привести ст.1027 ГК, допускавшую возможность передачи правообладателем пользователю фирменного наименования по договору коммерческой концессии. В последней редакции указанной статьи нет более указания на фирменные наименования как составную часть комплекса исключительных прав, переходящих от правообладателя к пользователю.

В п.3 ст.1474 ГК говорится о запрете использования другими лицами не только полностью совпадающего наименования, но и сходного с ним до степени смешения. В последнем случае речь идет об оценочном понятии. При этом запрет распространяется только на случаи, когда другое лицо осуществляет аналогичную деятельность. Другими словами нарушитель должен производить такую же продукцию или оказывать такие же услуги, что и правообладатель.

Из смысла п.4 ст.1474 ГК вытекает, что последствие нарушения исключительного права заключается в возможности требовать, во-первых, прекращения использования фирменного наименования нарушителем, во вторых, возмещения убытков (ст.15 ГК). В последнем случае речь идет о возмещении как реального ущерба, так и упущенной выгоды.

Статья 1475 ГК подчеркивает, что исключительное право на фирменное наименование, включенное в Единый государственный реестр юридических лиц, ограничено территорией РФ. Из этого следует, что на территории других стран оно не будет действовать. Исключительное право на фирменное наименование действует до тех пор, пока существует само юридическое лицо либо пока последнее в установленном порядке не решило его изменить. Другими словами, действие исключительного права на фирменное наименование не ограничено каким-либо конкретным сроком. Согласно п.2 ст.1475 ГК исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица и прекращается в момент исключения фирменного наименования из Единого государственного реестра юридических лиц в связи с прекращением юридического лица либо изменением его фирменного наименования.

В практической деятельности одним из острых является вопрос о соотношении фирменных наименований с другими средствами индивидуализации (коммерческие обозначения и товарные знаки). Это обусловлено тем, что они могут совпадать или быть частями друг друга[[19]](#footnote-19). Практика показывает, что в тех случаях, когда правообладателями на них являются разные лица, очень часто возникает коллизия прав на товарный знак и фирменное наименование, приводящая к судебным спорам. Причиной этого является несовершенство законодательства о фирменных наименованиях, товарных знаках и других средствах индивидуализации. Речь, в частности, идет об отсутствии специального закона о порядке регистрации и использовании фирменного наименования[[20]](#footnote-20).

Следует отметить, что у фирменного наименования и товарного знака есть много общего. Основная функция фирменного наименования состоит в индивидуализации коммерческой организации, что сближает указанный объект промышленной собственности с товарным знаком. Так же как и товарный знак, фирменное наименование организации, имеющей хорошую деловую репутацию, может выполнять и рекламную функцию[[21]](#footnote-21). При этом фирменное наименование может как полностью, так и частично входить в товарный знак.

Согласно ст.1476 ГК фирменное наименование или отдельные его элементы могут быть использованы правообладателем в принадлежащем ему товарном знаке. Фирменное наименование, включенное в товарный знак, охраняется независимо от охраны товарного знака[[22]](#footnote-22).

Действующая редакция Закона о государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей не содержит требования о проверке при регистрации юридического лица уникальности фирменного наименования регистрируемых юридических лиц, что приводит к существованию юридических лиц с совпадающими как произвольными, так и обязательными (указание на организационно-правовую форму) частями фирменного наименования[[23]](#footnote-23). Кроме того, при регистрации товарных знаков, несмотря на указание законодательства о товарных знаках, Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам не проводит проверки заявляемых обозначений на тождество с зарегистрированными фирменными наименованиями, поскольку отсутствует реестр последних. Наконец, при возникновении прав на фирменное наименование не предусматривается проверка на тождество или сходство с уже зарегистрированными товарными знаками. В связи с этим фиксируется много случаев, когда фирменные наименования и товарные знаки различных правообладателей совпадают полностью или частично[[24]](#footnote-24). Такая ситуация расценивается Федеральной антимонопольной службой как недобросовестная конкуренция. Следует также отметить, что Парижская конвенция об охране промышленной собственности 1883 г. запрещает всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах, и все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, промышленной или торговой деятельности конкурента (ст.10-bis).

Все вышесказанное позволяет судам удовлетворять иски владельцев товарных знаков, когда нарушитель использует на упаковке товара только произвольную (без указания на организационно-правовую форму) часть своего фирменного наименования. При этом следует учитывать, что согласно п.3 ст.1474 ГК правообладатель вправе требовать в судебном порядке запрета на использование своего фирменного наименования или отдельных его элементов в составе коммерческого обозначения или товарного знака другого лица, осуществляющего деятельность, аналогичную деятельности обладателя исключительного права на фирменное наименование, если исключительное право на фирменное наименование возникло ранее исключительного права на коммерческое обозначение или на товарный знак[[25]](#footnote-25). Из этого следует, что при осуществлении другой деятельности запрет на использование фирменного наименования невозможен.

Возможны ситуации, когда фирменное наименование и товарный знак по обозначению совпадают друг с другом и принадлежат одному и тому же правообладателю. В таких случаях они взаимно дополняют друг друга и расширяют объем прав их обладателя. Поэтому многие организации включают вспомогательную часть своего фирменного наименования в регистрируемые ими товарные знаки. В таких случаях никакого конфликта интересов не происходит.

1.3 Соотношение права на фирменное наименование и права на коммерческое обозначение

Частью четвертой Гражданского кодекса РФ (которая вступает в силу с 1 января 2008 г) впервые выделены отдельно два сходных правовых института: право на фирменное наименование и право на коммерческое обозначение. Эти права являлись близкими, смежными и ранее. До принятия части четвертой Гражданского кодекса РФ какого-либо различия в них как на практике, так и в юридической литературе не проводилось. Более того, во многих случаях фирменное наименование и коммерческое обозначение рассматривались как понятия-синонимы.

По новому гражданскому закону (части четвертой ГК РФ, далее - Закон) фирменное наименование и право на коммерческое обозначение, несмотря на очевидные сходства, имеют особенности в их правовом регулировании.

Согласно п.1 - 3 ст.1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в Единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности. Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках[[26]](#footnote-26).

Основным критерием для признания такой коллизии служит степень сходства фирменных наименований, вероятность их смешения в процессе выступления в хозяйственном обороте и обусловленная этим сходством невозможность выполнения основной функции - индивидуализации юридических лиц[[27]](#footnote-27).

Понятие коммерческого обозначения содержат нормы ст.1538 ГК РФ:

юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и Единый государственный реестр юридических лиц;

коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий. Для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения.

Из названных норм Закона следует, что обладателями прав на фирменное наименование могут быть только коммерческие организации - юридические лица; таковыми являются и хозяйственные общества, и товарищества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия (п.2 ст.50 ГК РФ). В отличие от этого, обладателем прав на коммерческое обозначение могут быть все юридические лица без исключения (коммерческие и некоммерческие организации), а также индивидуальные предприниматели. Таким образом, круг субъектов отношений, возникающих в связи с использованием коммерческого обозначения, намного шире, чем в связи с использованием фирменного наименования. Второе отличие: если фирменное наименование проходит государственную регистрацию одновременно с регистрацией юридического лица - коммерческой организации путем включения его в Единый государственный реестр, коммерческое обозначение не регистрируется. В Законе не указан момент возникновения прав на коммерческое обозначение. Таковыми, на наш взгляд, исходя из норм Закона, являются, во-первых, момент использования впервые коммерческого обозначения правообладателем для индивидуализации принадлежащих ему предприятий. При этом приоритет коммерческого обозначения может быть установлен моментом использования коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, с момента объявления в рекламе, или помещения коммерческого обозначения на товарах и их упаковках, что следует из норм п.1 ст.1539 ГК РФ. Во-вторых, права на коммерческое обозначение составляют один из видов имущества и входят в состав предприятия как имущественного комплекса (п.2 ст.132 ГК РФ).

Согласно п.1 ст.559 ГК РФ по договору продажи предприятия продавец обязуется передать в собственность покупателя предприятие в целом как имущественный комплекс, за исключением прав и обязанностей, которые продавец не вправе передавать другим лицам, а в соответствии с п.2 данной нормы Закона исключительные права на средства индивидуализации предприятия, продукции, работ или услуг продавца (коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания), а также принадлежащие ему на основании лицензионных договоров права использования таких средств индивидуализации переходят к покупателю, если иное не предусмотрено договором[[28]](#footnote-28).

Следовательно, если иное не предусмотрено договором, коммерческое обозначение переходит покупателю предприятия и моментом возникновения прав на коммерческое обозначение является момент государственной регистрации договора продажи предприятия (ст.560 ГК РФ), поскольку на основании п.3 ст.564 ГК РФ покупатель вправе до перехода права собственности к нему на предприятие распоряжаться имуществом и правами, входящими в состав переданного предприятия, в той мере, в какой это необходимо для целей, для которых предприятие приобретено. (Например, предприятие представляет магазин с определенным названием (обозначением); с момента заключения договора купли-продажи магазина, который связан с моментом государственной регистрации договора (ст.560 ГК РФ), покупателю переходят права пользования коммерческим обозначением) Обладателем исключительных прав на коммерческое обозначение покупатель становится с момента перехода права собственности на предприятие, т.е. с момента государственной регистрации перехода права собственности на предприятие как объект недвижимости (п.1 ст.132 ГК РФ) к покупателю (п.1 ст.564, ст.131 ГК РФ). Аналогичные правила действуют в случае совершения с предприятием других сделок, связанных с установлением, изменением и прекращением вещных прав.

Представляется, что названные правила, основанные на нормах Закона, определения момента возникновения исключительных прав на коммерческое обозначение вряд ли в полной мере обеспечивают защиту правообладателя. Если исходить из этих правил, недобросовестному субъекту достаточно указать, к примеру, на своем товаре более раннюю дату, чем у широко известного в коммерческом обороте продукта. Следовательно, если исходить из норм Закона, фактически должны отдать правовую защиту недобросовестному лицу. Более того, это опасно вдвойне, если этим злоупотребляет конкурент. Какой же выход? Как мы полагаем, следует устранить пробел в норме п.1 ст.1539 ГК РФ, дополнив ее предложением о том, что приоритет в коммерческом обозначении определяется с учетом момента факта достижения общеизвестности в данной местности (стране). Или (этот вариант представляется наиболее удобным в практических целях) предоставить функции регистрации коммерческого обозначения торгово-промышленным палатам в субъектах, где первично использовалось или планируется использование коммерческого обозначения и момент возникновения прав на коммерческое обозначение определить с моментом его регистрации в ТТП. При этом охраняемые права и интересы обладателя права на коммерческое обозначение надежно были бы защищены, да и споры в данной сфере были сведены практически к минимуму. Пока этого нет, правообладателю во избежание необоснованных притязаний со стороны третьих лиц следует "запастись" всевозможными доказательствами о приоритете коммерческого обозначения.

Следующее отличие прав на фирменное наименование и прав на коммерческое обозначение заключается в возможностях передачи прав пользования этих исключительных прав. Согласно п.2 ст.1474 ГК РФ распоряжение исключительным правом на фирменное наименование (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования) не допускается.

В отличие от этого, на основании п.5 ст.1539 ГК РФ правообладатель может предоставить другому лицу право использования своего коммерческого обозначения в порядке и на условиях, которые предусмотрены договором аренды предприятия или договором коммерческой концессии.

По общему правилу право на фирменное наименование не отчуждаемо (п.2 ст.1474 ГК РФ), а коммерческое обозначение может быть отчуждено в составе предприятия, но при этом правообладатель лишается права использования этого коммерческого обозначения для индивидуализации остальных его предприятий (п.4 ст.1539 ГК РФ).

И наконец, в вопросах прекращения прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение имеются свои особенности. Исключительное право на фирменное наименование, как указывалось выше, возникает со дня государственной регистрации юридического лица и прекращается в момент исключения фирменного наименования из единого государственного реестра юридических лиц в связи с прекращением деятельности последнего либо изменением его фирменного наименования.

С учетом норм ст.1538 - 1540 ГК РФ исключительное право на коммерческое обозначение прекращается:

если коммерческое обозначение правообладатель непрерывно не использует в течение года (п.2 ст.1540 ГК РФ). На наш взгляд, понятие "непрерывности" требует законодательного уточнения, поскольку не совсем ясно, в каких случаях прерывается непрерывность. К примеру, в связи с капитальным ремонтом с фасада здания предприятия на определенный промежуток времени сняли вывеску с коммерческим обозначением. Формально здесь имеет место факт неиспользования коммерческого обозначения. Если исходить из правил п.2 ст.1540 ГК РФ, - да. А отвечает ли это потребностям коммерческого оборота? Конечно, нет. Выход из этой ситуации, как нам представляется, возможен путем дополнения в норму данной статьи предложения: "Течение срока непрерывного использования коммерческого обозначения не прерывается, если его временное неиспользование в течение одного года связано целями улучшения хозяйственно-производственной деятельности предприятия". Без существенной переработки вышеназванной нормы нельзя исключить споры в отношении реализации прав на исключительное право (например, пока с фасада предприятия убрано (на некоторое время) коммерческое обозначение, предприимчивые люди вполне законно могут разместить на свой фасад коммерческое обозначение данного предприятия и в последующем будут претендовать как правообладатели, ссылаясь на норму Закона, поскольку факт непрерывного неиспользования коммерческого обозначения налицо, и они в этом будут правы);

в случае ликвидации предприятия (в отсутствии других аналогичных предприятий) как имущественного комплекса, поскольку коммерческое обозначение разрешено использовать только для индивидуализации конкретных предприятий (торговых, производственных и т.п.) (п.1 ст.1538 ГК РФ);

исключительное право за первоначальным обладателем на коммерческое обозначение прекращается в случае, предусмотренном абз.2 п.4 ст.1539 ГК РФ: если коммерческое обозначение используется правообладателем для индивидуализации нескольких предприятий, переход к другому лицу исключительного права на коммерческое обозначение в составе одного из предприятий лишает правообладателя права использования этого коммерческого обозначения для индивидуализации остальных его предприятий.

Тесная связь прав на фирменное наименование и прав на коммерческое обозначение усматривается из норм ст.1476 и 1541 ГК РФ. Пункт 1 ст.1476 ГК РФ гласит: "Фирменное наименование или отдельные его элементы могут использоваться правообладателем в составе принадлежащего ему коммерческого обозначения. Фирменное наименование, включенное в коммерческое обозначение, охраняется независимо от охраны коммерческого обозначения". А в соответствии с п.1 ст.1541 ГК РФ: "Исключительное право на коммерческое обозначение, включающее фирменное наименование правообладателя или отдельные его элементы, возникает и действует независимо от исключительного права на фирменное наименование". Между тем указанные нормы Закона могут порождать проблемы в правоприменительной практике.

Как быть, если фирменное наименование включено в коммерческое обозначение в случае отчуждения коммерческого обозначения предприятия в составе предприятия. Обладателю прав на фирменное наименование, безусловно, это невыгодно, и закон запрещает это по п.2 ст.1474 ГК РФ. А покупатель, возможно, заинтересован в покупке предприятия только в составе коммерческого обозначения с включением в него фирменного наименования организации (если, например, организация на товарном рынке пользуется определенной известностью). Представляется, что здесь законодатель не в полной мере учел эти варианты, тем более, коммерческое обозначение отчуждается в составе предприятия без каких-либо ограничений. Таким образом, налицо коллизия норм. По нашему мнению, в норме п.1 ст.1476 ГК РФ следовало указать на то, что отчуждение права на коммерческое обозначение допускается только путем исключения или передачи права пользования им фирменного наименования.

## Глава 2. Порядок предоставления и способы гражданско-правовой охраны фирменного наименования

## 2.1 Субъекты прав на фирменные наименования

Действующее законодательство, опираясь на господствующую точку зрения о принадлежности фирменных наименований к средствам индивидуализации участников гражданского оборота, очерчивает круг возможных обладателей прав на фирменное наименование, исходя из характера осуществляемой ими деятельности. Согласно п.4 ст.54 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Из приведенной формулы не следует, как это утверждает В.В. Орлова, что "только юридическое лицо может иметь фирменное наименование. Причем не всякое, а только коммерческая организация"[[29]](#footnote-29). Используемое законодателем словосочетание "должно иметь" не является семантически созвучным словосочетанию "может иметь". Первое из них носит обязывающий характер, а второе - дозволительный.

На наш взгляд, правило п.4 ст.54 ГК РФ не закрывает возможности для индивидуализации как с помощью "своего", так и "чужого" фирменного наименования гражданина-предпринимателя, осуществляющего самостоятельную деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Такая возможность предоставлена правилами гл.54 ГК РФ, регулирующими отношения, складывающиеся в связи с использованием в предпринимательской деятельности комплекса исключительных прав.

Так, согласно п.3 ст.1027 ГК РФ сторонами договора коммерческой концессии могут быть коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей. Поскольку право на фирменное наименование является неотъемлемым и обязательным элементом комплекса исключительных прав, предоставляемых пользователю, последний, обладая статусом индивидуального предпринимателя, становится, чаще всего на время, владельцем "чужой" фирмы. При этом не происходит, как это может иметь место в случаях уступки патента или уступки товарного знака, отчуждения права на фирму. Указанное право предоставляется пользователю с возложением на правообладателя обязательства не предоставлять другим лицам аналогичные комплексы исключительных прав для их использования на закрепленной за пользователем территории либо воздерживаться от собственной аналогичной деятельности на этой территории (абз.1 п.1 ст.1033 ГК РФ). На не закрепленной за пользователем территории аналогичный комплекс исключительных прав, включая право на использование того же фирменного наименования, может быть предоставлен другому пользователю, либо правообладатель сам может осуществлять предпринимательскую деятельность под "своей" фирмой. Таким образом, законодатель признает, что право на фирму может быть делимым между различными субъектами в зависимости от территориальных зон их предпринимательской деятельности.

Возможность для индивидуального предпринимателя выступать в качестве обладателя права на "свое" фирменное наименование косвенно подтверждается нормой, закрепленной в абз.1 п.2 ст.1028 ГК РФ, согласно которой договор коммерческой концессии регистрируется органом, осуществившим регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, выступающего по договору в качестве правообладателя.

Нормы п.3 ст.1027 и п.2 ст.1028 ГК РФ, допускающие возможность для индивидуального предпринимателя быть носителем исключительного права на фирму, вызывают, как правило, негативную оценку со стороны специалистов. Так, А.П. Сергеев считает их ошибочными[[30]](#footnote-30), а В.В. Орлова - противоречащими ст.54 ГК РФ[[31]](#footnote-31).

На наш взгляд, позицию законодателя нельзя считать ни ошибочной, ни противоречивой. Она нечетко сформулирована, что характерно для современной практики нормотворчества.

Как было отмечено выше, индивидуальный предприниматель может использовать не только "чужое", но и "свое" фирменное наименование. В последнем случае право на индивидуализацию предпринимателя как участника гражданских правоотношений возникает в силу п.3 ст.23 ГК РФ, согласно которому к предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, соответственно применяются правила ГК РФ, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношения.

Что касается существа правоотношения, то оно, прежде всего, должно характеризоваться как предпринимательское. А на предпринимателей и отношения с их участием распространяется особый правовой режим.

Особого правового режима требует и индивидуализация гражданина, осуществляющего предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, поскольку указанный гражданин является особым субъектом гражданского права, что, по справедливому замечанию В.Ф. Попондопуло, "определяет необходимость предъявления к нему и его деятельности особых требований со стороны законодателя"[[32]](#footnote-32). Традиционный режим индивидуализации, обеспечивающий возможность выступления в гражданском обороте под собственным именем (п.1 ст. 19 ГК РФ), хотя и пригоден для целей занятия предпринимательством, однако не способен придать личности гражданина должную степень индивидуализации, свидетельствующую о том, что данный гражданин является предпринимателем. П.П. Цитович утверждал: "Фирма - имя и торговца и его торговли"[[33]](#footnote-33). Исходя из этой формулы, являющейся, на наш взгляд, наиболее точным определением существа фирменного наименования, собственное имя гражданина, включающее фамилию, имя, а также отчество, ни в малейшей степени не характеризует сферу его возможных предпринимательских усилий, его бизнес. Поэтому трудно согласиться с А.П. Сергеевым, полагающим, что "в самом деле, предоставление индивидуальному предпринимателю права на пользование особым фирменным наименованием было бы излишней мерой, так как его индивидуализация в гражданском обороте вполне обеспечивается тем, что он выступает в нем под своим собственным именем"[[34]](#footnote-34).

Приведенные выше соображения в полной мере касаются и главы крестьянского (фермерского) хозяйства, признаваемого по закону предпринимателем (п.2 ст.23 ГК РФ), что влечет в отношении его предпринимательской деятельности применение правил ГК РФ, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями.

Известные препятствия сугубо формального (не доктринального) свойства к обладанию индивидуальным предпринимателем фирменным наименованием созданы продекларированной в ст.54 ГК РФ регистрационной моделью возникновения исключительного права на фирму, которая порочна по меньшей мере в силу следующих обстоятельств.

Во-первых, наличие института специальной регистрации противоречит международным обязательствам РФ, вытекающим из ст.8 Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Во-вторых, регистрационная модель только заявлена, но не реализована посредством специальных правил о регистрации фирменных наименований. На практике используется схема опосредованной фиксации фирменных наименований коммерческих организаций в процессе государственной регистрации юридических лиц, т.е. отмененная модель регистрации фирменных наименований "путем включения в государственный реестр юридических лиц".

Что касается возможности индивидуального предпринимателя выступать в роли правообладателя по договору коммерческой концессии (п.2 ст.1028 ГК РФ) и быть носителем исключительного права на фирменное наименование, то данное обстоятельство никем, как правило, во внимание не принимается.

Индивидуальному предпринимателю отказано даже в возможности включения его фирменного наименования в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей[[35]](#footnote-35), т.е. в возможности участия в весьма сомнительной с правовой точки зрения схеме "регистрации в установленном порядке".

Следует подчеркнуть, что законодательство ряда зарубежных стран, например Германии и Японии, устанавливает обязанность выступления под фирменным наименованием и индивидуальных предпринимателей.

Так, согласно § 18 Германского торгового уложения коммерсант, ведущий дело без товарища или с негласным товарищем, должен обозначать для своей фирмы свою фамилию или хотя бы одно из своих имен.

## 2.2 Основные положения процедуры регистрации фирменного наименования

Как уже отмечалось, фирменные наименования регистрируются в процессе государственной регистрации юридических лиц, порядок которой регулируется Законом о госрегистрации юрлиц.

Под государственной регистрацией юридических лиц понимаются акты уполномоченного федерального органа исполнительной власти, осуществляемые посредством внесения в Государственный реестр сведений о создании, реорганизации и ликвидации юридических лиц, иных сведений о юридических лицах в соответствии с Федеральным законом.

Уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим с 1 июля 2002 г. государственную регистрацию юридических лиц, является Министерство РФ по налогам и сборам (ныне - Федеральная налоговая служба (ФНС РФ)). ФНС РФ действует на основании Положения, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 30 сентября 2004 г. № 506[[36]](#footnote-36). ФНС РФ организует работу единых регистрационных центров, создание которых допускается в городах с численностью населения не ниже 1 млн. человек.

Ключевым элементом системы государственной регистрации юридических лиц является ЕГРЮЛ наряду с иными государственными реестрами, используемыми при осуществлении государственной регистрации создания, реорганизации и ликвидации юридических лиц, который является федеральным информационным ресурсом, находящимся по смыслу ст.6 Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"[[37]](#footnote-37) в собственности РФ.

ЕГРЮЛ ведется на бумажных и электронных носителях. При несоответствии между записями на бумажных и электронных носителях приоритет имеют записи на бумажных носителях, если не установлен иной порядок ведения государственных реестров.

Требования к содержанию ЕГРЮЛ сформулированы в ст.5 Закона о госрегистрации юрлиц, согласно которой в ЕГРЮЛ содержатся, в частности, сведения о полном и (в случае если имеется) сокращенном наименовании, в том числе фирменном наименовании для коммерческих организаций на русском языке. В случае если в учредительных документах юридического лица его наименование указано на одном из языков народов РФ или иностранном языке, в ЕГРЮЛ указывается наименование юридического лица также и на этих языках.

Записи вносятся в ЕГРЮЛ на основании документов, представленных при государственной регистрации. Запись о фирменном наименовании вносится на основании данных о юридическом лице, содержащихся в подлиннике или засвидетельствованной в нотариальном порядке копии учредительных документов юридического лица.

Государственная регистрация осуществляется в срок не более чем пять рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган по месту нахождения указанного учредителями в заявлении о государственной регистрации постоянно действующего исполнительного органа юридического лица, а в случае отсутствия такового - по месту нахождения иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности.

Документы представляются в регистрирующий орган непосредственно или направляются почтовым отправлением с объявленной ценностью при его пересылке и описью вложения. Требования к оформлению документов, представляемых в регистрирующий орган, установлены Постановлением Правительства РФ от 19 июня 2002 г. № 439 "Об утверждении форм и требований к оформлению документов, используемых при государственной регистрации документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц, а также физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей"[[38]](#footnote-38).

Заявление, представляемое в регистрирующий орган, удостоверяется подписью уполномоченного лица, подлинность которой должна быть засвидетельствована в нотариальном порядке. При государственной регистрации юридического лица заявителями могут являться, в частности, следующие физические лица:

руководитель постоянно действующего исполнительного органа регистрируемого юридического лица или иное лицо, имеющее право без доверенности действовать от имени этого юридического лица;

учредитель (учредители) юридического лица при его создании;

руководитель юридического лица, выступающего учредителем регистрируемого юридического лица;

иное лицо, действующее на основании полномочия, предусмотренного федеральным законом, или актом специально уполномоченного на то государственного органа, или актом органа местного самоуправления.

Датой представления документов для осуществления государственной регистрации юридического лица является день их получения регистрирующим органом.

Заявителю выдается расписка в получении документов с указанием перечня принятых от него документов и даты их получения регистрирующим органом в случае, если документы представляются в регистрирующий орган непосредственно заявителем. При этом расписка должна быть выдана в день получения документов регистрирующим органом. В ином случае, в том числе при поступлении в регистрирующий орган документов, направленных по почте, расписка высылается в течение рабочего дня, следующего за днем получения документов регистрирующим органом по указанному заявителем почтовому адресу с уведомлением о вручении.

Особенности государственной регистрации юридических лиц при их создании и юридических лиц, создаваемых путем реорганизации, установлены соответственно гл. IV и V Закона о госрегистрации юрлиц.

При государственной регистрации создаваемого юридического лица в регистрирующий орган представляются:

подписанное заявителем заявление о государственной регистрации по форме Р11001. В заявлении подтверждается, что:

представленные учредительные документы соответствуют установленным законодательством РФ требованиям к учредительным документам юридического лица данной организационно-правовой формы;

сведения, содержащиеся в этих учредительных документах, иных представленных для государственной регистрации документах, достоверны;

при создании юридического лица соблюден установленный для юридических лиц данной организационно-правовой формы порядок их учреждения, в том числе оплаты уставного капитала на момент государственной регистрации, и в установленных законом случаях согласованы с соответствующими государственными органами и (или) органами местного самоуправления вопросы создания юридического лица;

решение о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа в соответствии с законодательством РФ;

учредительные документы юридического лица;

выписка из реестра иностранных юридических лиц соответствующей страны происхождения или иное равное по юридической силе доказательство юридического статуса иностранного юридического лица - учредителя;

документ об уплате государственной пошлины в установленном размере.

При государственной регистрации юридического лица, создаваемого путем реорганизации (преобразования, слияния, разделения, выделения), в регистрирующий орган представляются следующие документы:

подписанное заявителем заявление о государственной регистрации вновь возникающего юридического лица, создаваемого путем реорганизации (по форме 12001). В заявлении подтверждается, что:

учредительные документы созданных путем реорганизации юридических лиц соответствуют установленным законодательством РФ требованиям к учредительным документам юридического лица данной организационно-правовой формы;

сведения, содержащиеся в этих учредительных документах и заявлении о государственной регистрации, достоверны;

передаточный акт или разделительный баланс содержит положения о правопреемстве по всем обязательствам вновь возникшего юридического лица в отношении всех его кредиторов;

все кредиторы реорганизуемого лица уведомлены в письменной форме о реорганизации и в установленных законом случаях вопросы реорганизации юридического лица согласованы с соответствующими государственными органами и (или) органами местного самоуправления;

учредительные документы каждого вновь возникающего юридического лица, создаваемого путем реорганизации (подлинники или засвидетельствованные в нотариальном порядке копии);

решение о реорганизации юридического лица;

договор о слиянии в случаях, предусмотренных федеральными законами;

передаточный акт или разделительный баланс;

документ об уплате государственной пошлины в установленном размере.

Согласно п.4 ст.9 Закона о госрегистрации юрлиц перечень указанных выше документов является исчерпывающим.

В соответствии со ст.11 указанного Закона решение о государственной регистрации, принятое регистрирующим органом, является основанием внесения соответствующей записи в Государственный реестр юридических лиц. Моментом государственной регистрации признается внесение регистрирующим органом соответствующей записи в Государственный реестр.

Форма решения о государственной регистрации юридического лица не содержит реквизита, указывающего на фирменное наименование подлежащего регистрации юридического лица.

Регистрирующий орган не позднее одного рабочего дня с момента государственной регистрации выдает (направляет) заявителю документ, подтверждающий факт внесения записи в ЕГРЮЛ. Документом, подтверждающим внесение указанной записи, является свидетельство о государственной регистрации юридического лица (форма Р51001), реквизиты которого содержат указание на фирменное наименование зарегистрированного юридического лица.

Согласно п.2 Постановления Правительства РФ от 19 июня 2002 г. № 438 "О Едином государственном реестре юридических лиц"[[39]](#footnote-39) часть сведений, содержащихся в ЕГРЮЛ, подлежит публикации. Приказом Федеральной налоговой службы от 16 июня 2006 г. № САЭ-3-09/355@ " Об обеспечении публикации и издания сведений о государственной регистрации юридических лиц в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственной регистрации"[[40]](#footnote-40) установлено, в частности, что сведения, содержащиеся в ЕГРЮЛ, публикуются в журнале "Вестник государственной регистрации", а также размещаются в сети Интернет на официальном сайте ФНС России. Указанные сведения предоставляются Межрегиональной инспекцией ФНС России по централизованной обработке данных. В состав сведений, предоставляемых для публикации в журнале "Вестник государственной регистрации", сведения о фирменных наименованиях зарегистрированных юридических лиц не входят.

## 2.3 Содержание права на фирменное наименование и его прекращение

Совпадая по основным параметрам с указанными характеристиками, право на фирму между тем несет в себе некоторые особенности и дополнительные черты, которые отличают его от исключительных прав на иные средства индивидуализации. Рассмотрим эти особенности подробнее.

Абсолютный характер исключительного права на фирменное наименование, предполагающий юридическую монополию на его использование в качестве средства индивидуализации участника гражданского оборота, оказывается ослабленным вследствие пробелов в правовом регулировании. Эффект ослабления юридической монополии вызван отсутствием запрета на участие коммерческих организаций в гражданском обороте под одними и теми же фирменными наименованиями. Явление подобного рода, по мнению специалистов, имеет объективные основания, поскольку следование классическим канонам, на которых покоится модель абсолютных прав, и отстаивание "юридической чистоты" фирмы может породить, по словам А.П. Сергеева, "множество трудноразрешимых споров и приведет к большим непроизводительным затратам"[[41]](#footnote-41). Одной из причин невозможности реализации безусловного запрета на использование различными юридическими лицами одного и того же или сходного фирменного наименования А.П. Сергеев называет объективную "ограниченность круга тех специальных наименований, которые входят в охраняемую законом фирму, и огромного числа предпринимателей"[[42]](#footnote-42).

По нашему мнению, особых препятствий для следования принципам классической юридической монополии не существует. Недоработки законодателя не могут быть оправданы объективными причинами, порождаемыми скудостью лексических возможностей русского языка и наличием большого количества предпринимателей. Одним из вариантов разрешения проблемы могло бы быть решение законодателя о включении в структуру фирменного наименования обязательного элемента, указывающего на месторасположение или место регистрации коммерческой организации.

По территории действия право на фирменное наименование имеет силу не только в пределах РФ, но и, согласно ст.8 Парижской конвенции, во всех странах - участницах этой Конвенции. Равным образом на территории РФ подлежат правовой охране фирменные наименования иностранных юридических лиц. Что касается фирменных наименований индивидуальных предпринимателей, признаваемых законодательством ряда зарубежных стран, в том числе стран - участниц Парижской конвенции, то этот вопрос достаточно спорный в части правовой охраны таких наименований на территории РФ. Например, по законодательству Германии правом на фирму обладают не только коммерческие организации, но и индивидуальные предприниматели. При этом понятие фирмы иностранного индивидуального предпринимателя не совпадает с понятием фирмы по российскому законодательству. Возникает, в частности, вопрос о том, может ли иностранец передать право на фирменное наименование в составе комплекса исключительных прав в случае заключения договора коммерческой концессии как право на фирму, понимаемое в соответствии с российским законодательством? Если руководствоваться взглядами В.Ю. Бузанова и В.В. Голофаева[[43]](#footnote-43), то в данном случае фирма иностранного индивидуального предпринимателя трансформируется в коммерческое обозначение. Само же право на фирму индивидуального предпринимателя передать в рамках договора коммерческой концессии согласно указанной позиции не представляется возможным.

На наш взгляд, никакой трансформации не происходит, и иностранный индивидуальный предприниматель в силу экстерриториального характера действия права на фирму, провозглашенного в ст.8 Парижской конвенции, пользуется национальным режимом использования своего фирменного наименования на территории РФ.

В структуру исключительного права на фирменное наименование не входят в качестве элементов личные неимущественные права, хотя само право на фирму рассматривается некоторыми учеными как личное неимущественное право[[44]](#footnote-44). С такой позицией трудно согласиться, если отождествлять право на фирму "с исключительным правом на использование" фирменного наименования. На наш взгляд, следует различать "право на фирму" и "право из фирмы".

Право на фирму представляет собой абстрактную возможность выступления в гражданском обороте под своим фирменным наименованием. Это все равно, что право на занятие предпринимательской деятельностью, т.е. общее дозволение, которое может быть реализовано при соблюдении ряда условий, определенных законом. Сам термин "право на фирму" в высшей степени условен, поскольку законодатель устанавливает не право на фирму, а обязанность коммерческих организаций иметь фирменное наименование. Согласно формуле п.4 ст.54 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно, а не вправе иметь фирменное наименование.

Право на фирму - это не что иное как исключительное имущественное право на использование фирменного наименования, т.е. юридическая возможность монопольного применения зарегистрированной в установленном порядке фирмы. Имущественный характер исключительного права на использование фирменного наименования подтверждается возможностью его передачи, которая закреплена в п.12 Положения о фирме, согласно которому такая передача может иметь место одновременно с передачей самого предприятия. Формы передачи предприятия указанное Положение не оговаривает, однако по смыслу ст.132 ГК РФ в качестве таковых могут рассматриваться купля-продажа, залог, аренда, доверительное управление.

В пользу того, что исключительное право на использование фирменного наименования носит имущественный характер, высказываются и отдельные специалисты, позицию которых по данному вопросу следует поддержать. Так, О.А. Городов справедливо пишет о том, что "постольку, поскольку фирма является, следуя вышесказанному, оборотоспособным объектом гражданских прав наряду с другими объектами, имеет экономическую ценность для участников гражданского оборота, следует полагать, что исключительные права на фирменное наименование должны быть отнесены к разряду имущественных прав вопреки традиционному подходу, рассматривающему их в качестве личных неимущественных"[[45]](#footnote-45).

Исключительное право на использование фирменного наименования возникает у коммерческой организации с момента специальной государственной регистрации, которая должна осуществляться по правилам, установленным федеральным законом. На практике регистрационная модель возникновения исключительного права не реализована, к тому же она противоречит международным обязательствам РФ, вытекающим из ст.8 Парижской конвенции. Представляется, что момент возникновения исключительного права на использование фирменного наименования, коль скоро законодатель избрал регистрационную модель, должен быть приурочен к дате, начиная с которой третьи лица получают возможность ознакомления с наименованием, т.е. с даты опубликования сведений о зарегистрированном юридическом лице в соответствии с порядком, установленным законодательством о государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Правомочие использования фирменного наименования как позитивная юридическая возможность, предоставленная обладателю фирмы, должно конструироваться на основе понятия "использование" по аналогии с правомочиями по использованию, которыми наделяются обладатели иных средств индивидуализации, в частности владельцы товарных знаков. Аналогия должна иметь место прежде всего в отношении конструкции "использование через применение", закрепленной в ст.22 Закона о товарных знаках. Такую возможность предоставляет и действующее законодательство о фирменных наименованиях, в частности п.8 Положения о фирме, согласно которому фирменное наименование может использоваться в сделках, на вывесках, в объединениях, рекламе, на бланках, счетах, товарах предприятия, их упаковке и т.п.

Фирменное наименование может использоваться и посредством его включения в качестве неохраняемого элемента в товарный знак, зарегистрированный на имя лица, имеющего право использовать такое фирменное наименование. При этом действует правило п.3 ст.7 Закона о товарных знаках, согласно которому не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные охраняемому в РФ фирменному наименованию (его части) в отношении однородных товаров, право на которое в РФ возникло у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака. Указанное правило введено для устранения возможности смешения в гражданском обороте средства, индивидуализирующего товары, и средства, индивидуализирующего производителя однородных товаров. На практике столкновение различных средств индивидуализации не редкость. Приведем пример.

ООО "Символ" обратилось в арбитражный суд с иском о прекращении нарушения исключительного права на товарный знак "Росалко" к ЗАО "Русский водочный торговый дом "Росалко". Истец ссылался на то, что имеет исключительное право на использование товарного знака "Росалко", подтвержденное рядом свидетельств о регистрации данного обозначения. Указанные свидетельства защищают товарный знак "Росалко", в том числе и в отношении товаров 33-го класса (спиртная продукция). Истцом было обнаружено, что в Самаре осуществляет деятельность ЗАО "Русский водочный торговый дом "Росалко". Ни договора об уступке товарного знака, ни лицензионного договора с указанной организацией не заключалось. По мнению истца, ответчик использует товарный знак "Росалко" незаконно.

В отзыве на исковое заявление ответчик с иском не согласился, пояснив при этом, что он не использует товарный знак, владельцем которого является ООО "Символ". Словесное обозначение "Росалко" входит как составная часть в фирменное наименование ответчика, право на которое возникло с момента его регистрации Регистрационной палатой Самары 28 мая 2004 г.

В процессе рассмотрения дела спорящие стороны пришли к мировому соглашению, в соответствии с которым ЗАО "Русский водочный торговый дом "Росалко" обязался не использовать в своей деятельности (рекламных материалах, визитных карточках и т.п.) товарные знаки, владельцем которых является ООО "Символ", кроме как в рамках фирменного наименования ЗАО "Русский водочный торговый дом "Росалко", зарегистрированного решением Регистрационной палаты.

Арбитражный суд утвердил мировое соглашение, подписанное сторонами, и прекратил производство по делу[[46]](#footnote-46).

Таким образом, под использованием фирменного наименования следует понимать как фактическое применение наименования, т.е. его размещение на товаре, в том числе в качестве элемента товарного знака, или его упаковке, так и номинальное оповещение о нем в текстах договоров, вывесок, объявлений и т.п.

При этом и фактическое применение, и номинальное оповещение должны иметь место в отношении зарегистрированного в установленном порядке фирменного наименования.

Действующее законодательство о фирменных наименованиях не содержит требований о юридически значимом объеме использования фирмы, несмотря на то что действия по использованию являются обязанностью фирмовладельца. Можно предположить, что для признания факта использования достаточно или фактического применения наименования на части производимых фирмовладельцем товаров, или простого оповещения о нем самим фирмовладельцем либо с его разрешения пользователем или посредником (поверенным, комиссионером, агентом). Впрочем, ввиду отсутствия правовых последствий за неиспользование фирмы фактор использования может иметь смысл лишь для установления юридически значимого объема незаконного использования фирменного наименования.

Исключительное право на использование фирменного наименования имеет свои предметные границы. Демаркация последних может быть осуществлена по различным основаниям, а именно: по количеству субъектов, управомоченных на использование фирменного наименования, и по количеству предприятий, находящихся у управомоченного лица в собственности или на основании иного права.

Очерчивая круг управомоченных субъектов, необходимо исходить из принципа юридической монополии, присущей режиму исключительного права, которым наделен фирмовладелец. Из этого принципа следует общее правило "одно юридическое лицо - одна фирма". Данное правило действует с известными исключениями, которые привнесены нормами закона, регулирующими отношения по поводу коммерческой концессии. В рамках концессионных отношений правообладатель (фирмовладелец) может предоставить фирменное наименование в составе комплекса исключительных прав нескольким пользователям, действующим на различных территориях, одновременно занимаясь предпринимательской деятельностью под своим фирменным наименованием при соблюдении ряда условий, главным образом территориального характера. Следовательно, концессионные правоотношения допускают множественность лиц, наделенных правом использования одного и того же фирменного наименования.

Еще один случай множественности лиц, использующих одно и то же наименование, приводится А.П. Сергеевым, допускающим "появление в обороте и нескольких юридических лиц, действующих под одним и тем же названием, которым раньше пользовалось прекращенное в результате разделения юридическое лицо"[[47]](#footnote-47). Это, по мнению А.П. Сергеева, "возможно только тогда, когда, во-первых, они намерены действовать на разных участках рынка, и, во-вторых, это не создает затруднений для других участников оборота"[[48]](#footnote-48).

Что касается количества предприятий (как имущественных комплексов), находящихся у фирмовладельца в собственности или на основании иного права, то указанный параметр по общему правилу не оказывает влияния на предметные границы использования фирменного наименования. Здесь действует формула "один бизнес - одна фирма". Однако и в этом аспекте могут быть исключения, скажем, в случае, когда акционерное общество, располагающее своим имущественным комплексом, принимает в доверительное управление имущественный комплекс, включающий фирменное наименование, принадлежащее другой коммерческой организации. В этой связи возникает вопрос о возможности выступления акционерного общества в гражданском обороте под двумя различными фирменными наименованиями.

Аргументом в пользу отрицательного ответа на поставленный вопрос может служить правило, согласно которому доверительный управляющий действует от собственного имени.

Вместе с тем, как представляется, не существует препятствий для применения фирменного наименования учредителя доверительного управления на товарах и их упаковках, производимых на базе имущественного комплекса, находящегося в доверительном управлении.

Право на фирменное наименование действует бессрочно, а точнее, в период жизненного цикла деятельности фирмовладельца. По общему правилу право на использование фирменного наименования прекращается с момента ликвидации коммерческой организации, которую оно индивидуализировало в гражданском обороте.

В литературе называются и специфические основания, по которым право на фирменное наименование прекращается и при существовании организации, которую оно индивидуализировало.

Так, А.П. Сергеев выделяет четыре основания, по которым право на фирму может прекратиться досрочно:

при отказе фирмовладельца от права пользования конкретным фирменным наименованием;

при переходе предприятия к новому владельцу, если условия такой передачи не предусматривают сохранение за предприятием прежнего фирменного наименования;

при реорганизации юридического лица, в ходе которой оно может, а иногда и должно изменить свое фирменное наименование;

по решению суда ввиду несоответствия фирменного наименования требованиям закона или нарушения прав и охраняемых законом интересов других лиц[[49]](#footnote-49).

Рассмотрим указанные основания подробнее.

Отказ фирмовладельца от исключительного права на использование принадлежащего ему фирменного наименования следует расценивать как аналог отказа гражданина или юридического лица от права собственности на принадлежащее ему имущество, допускаемый ст.236 ГК РФ. Очевидно, что указанный отказ фирмовладельца должен сопровождаться актом публичного оповещения об этом. При этом возникают два вопроса, решить которые необходимо в целях предотвращения негативных последствий отказа от права на использование фирмы.

Первый вопрос связан с тем, что, отказавшись от указанного права, коммерческая организация не утрачивает обязанности иметь фирменное наименование. Поэтому условием отказа от права на использование должна быть регистрация нового фирменного наименования. При этом отказ от права на использование сам по себе не должен влечь автоматического прекращения такого права до момента регистрации нового фирменного наименования. Процедурно вопрос о замене фирменного наименования на другое решается в порядке регистрации изменений, вносимых в учредительные документы юридического лица, и внесения изменений в сведения о юридическом лице, содержащиеся в ЕГРЮЛ (ст.17 Федерального закона "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей").

Второй вопрос касается судьбы прежнего фирменного наименования, право на использование которого прекращено вследствие отказа от него фирмовладельца. В литературе существует точка зрения, согласно которой "подобные фирменные наименования могут быть избраны для своего обозначения любыми заинтересованными в этом участниками оборота"[[50]](#footnote-50). Действительно, действующее законодательство не запрещает подобный "захват" отказной фирмы, если только он не влечет нарушения правил о недобросовестной конкуренции и не вводит потребителей в заблуждение. И здесь следует согласиться с А.П. Сергеевым в том, что "указанные действия должны рассматриваться как злоупотребление правом и недобросовестная конкуренция со всеми вытекающими отсюда последствиями"[[51]](#footnote-51).

Переход имущественного комплекса организации к новому владельцу без фирменного наименования также влечет прекращение права на фирму. Указанное прекращение будет иметь место, когда прежний владелец предприятия прекращает всякую деятельность и не участвует более в гражданском обороте. В данном случае действует правило п.13 Положения о фирме, согласно которому право на фирму прекращается с переходом предприятия к новому владельцу, за исключением случаев, предусмотренных в ч.2 п.12 указанного Положения. Исключения состоят в том, что в случае перехода предприятия к новому владельцу последний может пользоваться фирмой предприятия лишь с согласия прежнего владельца или его правопреемников и лишь при условии добавления к ней указания на преемственность связи.

Вопрос о судьбе права на использование фирменного наименования при реорганизации юридического лица - фирмовладельца исследован в юридической литературе весьма обстоятельно. Очевидно, что установленные гражданским законодательством формы реорганизации юридических лиц оказывают различное влияние на правообладание фирмой, с чем, собственно, согласно большинство исследователей[[52]](#footnote-52). Согласно ст.57 ГК РФ реорганизация юридических лиц может быть осуществлена путем: слияния нескольких организаций в одну новую, присоединения одного юридического лица к другому юридическому лицу, разделения одного юридического лица на несколько новых юридических лиц, выделения из состава юридического лица других юридических лиц, преобразования юридического лица в иную организационно-правовую форму юридического лица. По общему правилу при реорганизации права и обязанности, в том числе право на использование фирменного наименования реорганизуемого юридического лица, переходят к иным субъектам права в порядке универсального правопреемства.

В процессе слияния юридических лиц - фирмовладельцев права и обязанности каждого из них переходят к вновь возникшему лицу в соответствии с передаточным актом. В литературе называются три варианта решения вопроса о фирменном наименовании в процессе слияния юридических лиц, а именно:

соединение фирменных наименований в единое целое;

избрание нового фирменного наименования, которое ни одним из сливающихся юридических лиц ранее не использовалось;

продолжение пользования фирменным наименованием одного из сливающихся юридических лиц[[53]](#footnote-53).

Представляется, что наиболее оптимальными вариантами следует признать выбор нового фирменного наименования либо оставление наиболее известного из прежних наименований. При этом как то, так и другое должны быть зарегистрированы в процессе государственной регистрации юридического лица, создаваемого путем реорганизации. Соединение фирменных наименований в единое целое - занятие явно бесперспективное, поскольку правила построения фирменных наименований подобного соединения не допускают.

В процессе присоединения юридического лица - фирмовладельца к другому юридическому лицу к последнему переходят права и обязанности присоединенного лица в соответствии с передаточным актом. Здесь предпочтительным вариантом будет сохранение фирменного наименования юридического лица, к которому присоединяется другое юридическое лицо. Впрочем, не исключается и вариант смены фирменного наименования на фирменное наименование присоединенного юридического лица. В первом случае прекращается право на использование фирменного наименования присоединенного лица, а во втором - право на использование фирменного наименования юридического лица, к которому присоединяется другое юридическое лицо.

В процессе разделения юридического лица - фирмовладельца права и обязанности последнего переходят к вновь возникшим юридическим лицам в соответствии с разделительным балансом. В данном случае могут быть использованы следующие варианты решения судьбы фирменного наименования:

во-первых, прежнее фирменное наименование может быть оставлено по соглашению участников процесса разделения либо по решению суда за одним из вновь возникших юридических лиц. В этом случае право на использование фирменного наименования не прекращается.

во-вторых, вновь возникшие юридические лица могут выбирать для себя новые фирменные наименования. В этом случае право на использование прежнего фирменного наименования, принадлежащее юридическому лицу, подлежащему разделению, прекращается.

В литературе предлагается еще один вариант решения судьбы фирменного наименования при разделении юридического лица - фирмовладельца. Этот вариант, предлагаемый А.П. Сергеевым, можно условно назвать "клонированием фирмы".

Его суть состоит в том, что вновь возникшие юридические лица продолжают действовать в гражданском обороте под одним и тем же наименованием, которым ранее пользовалось юридическое лицо, подвергнутое процедуре разделения[[54]](#footnote-54). Однако такой вариант может применяться только в исключительных случаях и лишь при условии осуществления вновь возникшими юридическими лицами предпринимательской деятельности на разных сегментах рынка или на разных территориях.

В процессе выделения из состава юридического лица - фирмовладельца одного или нескольких юридических лиц к каждому из них переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с разделительным балансом. Поскольку юридическое лицо, из состава которого выделяются новые хозяйствующие субъекты, не прекращает своей деятельности, право на использование фирменного наименования в данном случае также не прекращается.

В процессе преобразования юридического лица - фирмовладельца одного вида в юридическое лицо другого вида, т.е. в процессе изменения организационно-правовой формы, к вновь возникшему юридическому лицу переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с передаточным актом. В данном случае факт изменения организационно-правовой формы является решающим в определении судьбы фирмы подлежащего преобразованию юридического лица. Структура прежнего фирменного наименования меняется, и, по существу, формируется новое наименование. Следовательно, право на использование прежнего фирменного наименования таким, какое оно было, прекращается.

В литературе между тем высказываются предположения, что "к вновь возникшему юридическому лицу переходят все права и обязанности реорганизованного юридического лица, что означает переход права на фирменное наименование"[[55]](#footnote-55). При этом "в это фирменное наименование, при необходимости, должны быть внесены соответствующие изменения"[[56]](#footnote-56). Представляется, что указанная необходимость существует всегда, поскольку в гражданском обороте начинает действовать новая юридическая личность, обязанная по закону иметь свое фирменное наименование, построенное по установленным правилам.

В то же время, если следовать весьма спорной позиции, занятой ВАС РФ в письме от 29 мая 1992 г. № С-13/ОПИ-122 "Об отдельных решениях совещаний по арбитражной практике"[[57]](#footnote-57), несмотря на изменение организационно-правовой формы, юридическое лицо, возникшее в результате преобразования, может пользоваться прежней фирмой в силу того, что оно существует в иной организационно-правовой форме.

При определении судьбы права на использование фирменных наименований следует иметь в виду то обстоятельство, что в случаях, предусмотренных гражданским законодательством, реорганизация фирмовладельцев - коммерческих организаций может повлечь возникновение только определенных видов коммерческих организаций. Так, согласно ст.68 ГК РФ хозяйственные товарищества и общества одного вида могут преобразовываться в хозяйственные товарищества и общества другого вида или в производственные кооперативы. В соответствии с п.2 ст.92 ГК РФ общество с ограниченной ответственностью вправе преобразоваться в акционерное общество или в производственный кооператив. Согласно п.2 ст.104 ГК РФ акционерное общество вправе преобразоваться в общество с ограниченной ответственностью или в производственный кооператив. Согласно п.2 ст.112 ГК РФ производственный кооператив по единогласному решению его членов может преобразоваться в хозяйственное товарищество или общество.

Особенности слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования унитарных предприятий установлены в гл. V Закона об унитарных предприятиях. Согласно ст.34 указанного Закона унитарное предприятие может быть преобразовано по решению собственника его имущества в государственное или муниципальное учреждение. Преобразование унитарного предприятия в организации иной организационно-правовой формы осуществляется в соответствии с законодательством о приватизации.

По общему правилу не допускается преобразование коммерческих организаций в некоммерческие и наоборот. Исключение составляют случаи, прямо предусмотренные законом (например, ст.34 Закона об унитарных предприятиях, ст.17 Федерального закона от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ "О некоммерческих организациях"[[58]](#footnote-58), абз.2 п.1 ст.121 ГК РФ).

Право на использование фирменного наименования может прекратиться в принудительном порядке по решению суда. Основания, по которым происходит такое прекращение, могут быть самыми разными. Их следует разделить на две группы. Первая группа оснований относится к принудительному запрету на пользование конкретным фирменным наименованием, например в связи с его несоответствием требованиям действующего законодательства или по причине введения в заблуждение потребителей.

Вторая группа оснований относится к принудительной реорганизации или принудительной ликвидации юридического лица - фирмовладельца.

## 2.4 Фирменное наименование на современном этапе развития законодательства и его защита

В трактовке ст.149 Основ фирменное наименование являлось неотделимым атрибутом любого юридического лица (независимо от организационно-правовой формы), прошедшего государственную регистрацию.

При этом были отмечены основные принципы охраноспособности фирменного наименования как самостоятельного результата творчества:

обязательность государственной регистрации путем включения в Единый государственный реестр юридических лиц;

исключительность права на его использование;

право требования от всех сторонних лиц не использовать зарегистрированное в установленном порядке фирменное наименование;

право на возмещение убытков[[59]](#footnote-59).

Однако реальный механизм защиты права на фирменное наименование так и не был разработан. В итоге сложилась ситуация, когда в одном населенном пункте на одном и том же рынке (например, бытовой техники) могло успешно сосуществовать несколько ООО - "Альфа", "Гамма" и т.п. Особым успехом пользовались созвучные наименования (или части наименований) крупных западных фирм-производителей.

Эта ситуация в большинстве своем сохраняется и по сей день.

С принятием в 1994 г. части первой ГК РФ фирменное наименование неожиданно перекочевало из разряда объектов интеллектуальной собственности (творческой деятельности) в раздел корпоративного права, посвященного юридическим лицам (ст.54 ГК РФ).

После такой трансформации фирменное наименование получило ряд новых признаков: например, оно стало неотъемлемым атрибутом (и одной из основных характеристик) исключительно коммерческих организаций, но зато обладание фирменным наименованием стало уже не правом, а обязанностью коммерческой организации.

Хотя остальные существенные признаки фирменного наименования (в том числе и право на возмещение убытков) сохранились, действенный механизм его защиты так и не был разработан. А порядок регистрации и порядок использования фирменного наименования были "вынесены" в соответствующие законы о коммерческих организациях.

Образовавшаяся неопределенность привела к тому, что с принятием части второй ГК РФ фирменное наименование стало предметом договора коммерческой концессии. Согласно п.1 ст.1027 ГК РФ правообладатель в рамках концессии обязан передать в том числе право на фирменное наименование. При этом у правообладателя возникала обязанность при изменении собственного фирменного наименования как минимум ставить в известность об этом пользователя либо вносить изменения в договор концессии. Пользователь же в свою очередь был вправе по этому основанию в любой момент расторгнуть с правообладателем договор с уменьшением причитающегося тому вознаграждения (ст.1039 ГК РФ).

На этом фоне в п.3 ст.1037 ГК РФ даже закралась абсурдная норма о прекращении договора коммерческой концессии в случае прекращения принадлежащего правообладателю права на фирменное наименование без замены его новым аналогичным правом. Ведь исходя из смысла п.4 ст.54 ГК РФ да и просто из здравого смысла предприятие может лишиться своего названия только в результате ликвидации. Последствия для такого случая уже описаны в ст.419 "Прекращение обязательства ликвидацией юридического лица" ГК РФ.

С введением новой части ГК РФ трактовка понятия "фирменное наименование" изменилась, хотя основные признаки, введенные еще Основами (обязательность регистрации; исключительное право; право на защиту от посягательств третьих лиц и право на возмещение убытков), были сохранены.

Теперь законодатель, с одной стороны, рассматривает фирменное наименование как неотъемлемую часть юридического лица (ч.1 п.4 ст.54 ГК РФ), с другой - делает отсылку к разделу ГК РФ об интеллектуальной собственности (разд. VII) - в отношении определения прав на него (п.6 ст.17 Вводного закона).

Таким образом, фирменное наименование заключает в себе и связь с корпоративным правом, и принадлежность к результатам интеллектуальной деятельности (ст.1473 ГК РФ).

Так, фирменное наименование по-прежнему остается привилегией только коммерческих организаций, определяется в их учредительных документах и включается в Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) в момент государственной регистрации (п.1 ст.1473 ГК РФ).

На исключительную принадлежность фирменного наименования коммерческим организациям неоднократно указывали суды.

Общественная организация "Международное физкультурно-спортивное общество "Спартак" имени Николая Петровича Старостина" (далее - общество "Спартак") являлось правообладателем товарного знака в виде словесного обозначения "Спартак" в отношении нескольких классов товаров и услуг, в том числе включающих в себя организацию досуга, массово-зрелищных мероприятий, соревнований, конкурсов, спартакиад, чемпионатов и т.п.

С другой стороны, муниципальное учреждение "Футбольный клуб "Спартак" г. Луховицы" (далее - клуб "Спартак") размещало обозначение "Спартак" в названии муниципального стадиона, на билетах, в программах футбольных матчей, в наименовании футбольного клуба, в телефонном справочнике и т.п.

Суды предшествующих инстанций признали право клуба "Спартак" использовать свое фирменное наименование любым из перечисленных способов.

Отменяя решения судов, ВАС РФ указал на то, что у футбольного клуба, зарегистрированного как некоммерческая организация в форме муниципального учреждения, не имеется исключительного права на фирменное наименование, поскольку в соответствии со ст.54 ГК РФ право на фирменное наименование возникает лишь у коммерческих организаций.

Тем не менее (и на это следует обратить особое внимание), хотя ВАС РФ и признал правомерность требования общества "Спартак" о запрете использовать обозначение "Спартак" и выплате ему разумной компенсации, обязанность клуба "Спартак" изменить еще и название суд не предусмотрел[[60]](#footnote-60).

Такова практика большинства окружных судов.

Однако в последнее время появились случаи, когда в сходных ситуациях суды обязывали нарушителя внести изменения в свое фирменное наименование.

Суд обязал ООО "Центр-ГАЗ" внести изменение в свое фирменное наименование в связи с его сходством до степени смешения с фирменным наименованием ОАО "ГАЗ" и принадлежащим ему товарным знаком "ГАЗ".

Удовлетворяя требования автогиганта, ФАС со ссылкой на ст.10. bis Парижской конвенции, в частности, пояснил, что запрету подлежат все действия, способные каким-либо способом вызвать смешение в отношении предприятия.

В связи с тем, что уставами указанных юридических лиц (находящихся в одном городе) к основным видам деятельности отнесены реализация грузовых и легковых автомобилей и запчастей к ним, суд пришел к выводу о невозможности индивидуализировать предприятия с указанными наименованиями. С учетом этого, а также принимая во внимание, что наименование организации не должно совпадать с принадлежащим третьим лицам товарным знаком (принцип исключительности фирмы), требования ОАО "ГАЗ" обязать ООО "Центр-ГАЗ" внести изменения в учредительные документы, исключив из фирменного наименования буквосочетание "ГАЗ", были удовлетворены в полном объеме[[61]](#footnote-61).

Организации принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации путем его указания на вывесках, в документации, в рекламе, на товарах или их упаковках и т.п. (п.1 ст.1474 ГК РФ).

Исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица и прекращается в момент исключения фирменного наименования из ЕГРЮЛ в двух случаях:

1) в связи с прекращением юридического лица;

2) при изменении самого фирменного наименования.

Фирменное наименование состоит из двух частей:

1) указания на организационно-правовую форму организации (ОАО, ЗАО, ООО и т.п.);

2) собственно наименования.

Проблема сочетания указанных элементов фирменного наименования неоднократно вызывала споры у правообладателей.

ЗАО "Энергис" обратилось с исковым требованием к ООО "Энергис" признать за ним исключительное право на фирменное наименование и обязать ООО внести изменения в учредительные документы.

Отказывая ЗАО в иске, ФАС пояснил, что толкование понятия "фирменное наименование" применительно к коммерческой организации как наименование, содержащее лишь произвольную (оригинальную) часть и не включающее обязательную (указание на организационно-правовую форму), является ошибочным[[62]](#footnote-62).

Следует особо отметить, что в отношении второй части фирменного наименования - собственно оригинального наименования - предусмотрено существенное ограничение: оно не может ограничиваться лишь простым указанием на род деятельности организации (п.2 ст.1473 ГК РФ). То есть, к примеру, ООО "Капитальное строительство" с 2008 г. вряд ли будет возможно зарегистрировать.

Впрочем, вопрос "общеизвестности" фирменного наименования по аналогии с "общеизвестным товарным знаком" в ГК РФ так и не решен. По-видимому, к фирменному наименованию применимы любые обозначения, не подпадающие с очевидностью под установленные законом ограничения.

Организация обязана иметь полное фирменное наименование на русском языке, без него ее государственная регистрация состояться не сможет.

Одновременно организация вправе включить в учредительные документы:

сокращенное фирменное наименование на русском языке;

полное и/или сокращенное фирменное наименование на языках народов РФ;

полное и/или сокращенное фирменное наименование на иностранных языках.

При этом нужно учитывать, что сокращенные фирменные наименования, а также наименования на языках народов РФ и иностранных языках защищаются исключительным правом, только если они включены в ЕГРЮЛ. В противном случае какой-нибудь торговый "оппонент" вполне сможет, к примеру, воспользоваться иностранной транскрипцией названия вашей фирмы.

Кстати, транскрипциям законодатель уделил особое внимание.

По правилам п.3 ст.1473 ГК РФ фирменное наименование на русском языке и языках народов РФ может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или соответственно в транскрипциях языков народов РФ, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму юридического лица.

Соответствующие изменения были внесены также в Законы об АО[[63]](#footnote-63) и об ООО[[64]](#footnote-64), в Закон о государственных предприятиях[[65]](#footnote-65) и Закон о банковской деятельности[[66]](#footnote-66).

Причем в отношении кредитных организаций предусмотрены дополнительные ограничения: их фирменное наименование должно содержать указание на характер деятельности организации путем использования слов "банк" или "небанковская кредитная организация". В противном случае Банк России обязан запретить использование фирменного наименования кредитной организации. Другие лица использовать в своем фирменном наименовании слова "банк", "кредитная организация" не вправе.

Как будет работать данная норма, покажет практика. Представляется, что возможные проблемы будет вызывать терминология, связанная с указанием организационной формы организации.

С 2008 г. фирма не может называться, к примеру, "КОРПОРАЦИЯ РОС-BRI OIL" LTD.

Чтобы это название стало соответствовать закону, оно должно выглядеть примерно так: ЗАО "КОРПОРАЦИЯ РОС-БРИ ОЙЛ ЛТД".

Хотя и в этом случае нет полной ясности, можно ли по смыслу п.3 ст.1473 ГК РФ в данном названии использовать слова "корпорация" и "ЛТД"?

Так что любителям громких иноязычных названий придется быть осторожными.

Для фирменных наименований Гражданский кодекс РФ предусмотрел помимо перечисленных еще целый ряд ограничений.

Согласно п.4 ст.1473 ГК РФ в фирменное наименование не могут включаться:

1) полные или сокращенные официальные наименования Российской Федерации, иностранных государств, а также слова, производные от таких наименований;

2) полные или сокращенные официальные наименования федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления;

3) полные или сокращенные наименования международных и межправительственных организаций;

4) полные или сокращенные наименования общественных объединений;

5) обозначения, противоречащие общественным интересам, а также принципам гуманности и морали.

Исключение из этого правила составляют только государственные унитарные предприятия: в их наименованиях может содержаться указание на принадлежность такого предприятия Российской Федерации или субъекту Российской Федерации.

Включение в фирменное наименование акционерного общества официального наименования Российской Федерации, а также слов, производных от этого наименования, допускается по разрешению Правительства РФ, если более 75% акций акционерного общества принадлежит Российской Федерации.

Но главной новеллой ГК РФ остается вновь установленный порядок осуществления исключительного права на фирменное наименование.

Исключительное право ограничивается только двумя правомочиями:

правом владения (п.1 ст.1473 ГК РФ);

правом пользования (п.1 ст.1474 ГК РФ).

Распоряжение исключительным правом на фирменное наименование не допускается (п.2 ст.1474 ГК РФ).

Это означает запрет на любое предоставление своего фирменного наименования другому лицу.

Неотчуждаемость фирменного наименования привела к исключению его из состава имущественного комплекса предприятия (ч.2 п.2 ст.132 ГК РФ, п.11 ст.17 Вводного закона). То есть фирменное наименование само по себе больше не признается имуществом, имеющим какую-либо стоимостную оценку: оно может оцениваться только в составе других нематериальных активов (коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания) [[67]](#footnote-67).

Данную новеллу следует отнести к особенностям национального законодательства РФ об интеллектуальной собственности, так как международное право разрешает отчуждение права на фирменное наименование (п.1 ст.9 Парижской конвенции).

В связи с этим были внесены соответствующие изменения и в договор коммерческой концессии.

В новой редакции ГК РФ фирменное наименование изъято из передаваемого по договору коммерческой концессии комплекса исключительных прав. Его призваны заменить другие предусмотренные Гражданским кодексом средства индивидуализации: товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров и новый объект интеллектуальных прав - коммерческие обозначения[[68]](#footnote-68).

В этой связи возникает вопрос о судьбе уже заключенных на 1 января 2008 г. договоров коммерческой концессии.

Часть четвертая Гражданского кодекса применяется к правоотношениям, возникшим после введения ее в действие (ст.5 Вводного закона). По правоотношениям, возникшим до введения ее в действие, она применяется к тем правам и обязанностям, которые возникнут после введения ее в действие.

Учитывая, что с 1 января 2008 г. фирменное наименование как объект интеллектуальных прав изымается из свободного гражданско-правового оборота, полагаем, что до этого срока следует внести соответствующие изменения в действующие договоры коммерческой концессии, исключив из них упоминание о передаче прав на фирменное наименование. Напомним, что все такие изменения должны быть зарегистрированы в уполномоченном государственном органе по интеллектуальной собственности (п.2 ст.1028 ГК РФ).

Ну а если стороны так и не внесут указанные изменения? Думается, что на действительность договора концессии это повлиять не должно. Просто все условия о передаче права на фирменное наименование должны считаться недействительными и, следовательно, не подлежат применению.

Кстати, возможность законной передачи фирменного наименования (в том числе и по договору концессии) сторонним организациям законодатель все же оставил.

Так, согласно ст.1476 ГК РФ фирменное наименование или отдельные его элементы могут использоваться правообладателем в составе принадлежащего ему коммерческого обозначения, в товарном знаке и знаке обслуживания. При этом фирменное наименование охраняется независимо от охраны коммерческого обозначения, товарного знака или знака обслуживания.

Новые правила ГК РФ существенно расширили возможности охраны прав на фирменное наименование.

Во-первых, все организации, чьи наименования (согласно ЕГРЮЛ) не соответствуют Гражданскому кодексу, обязаны будут с 2008 г. при первом же изменении учредительных документов поменять также и свое название: привести его в соответствие с законом. Это прямо указано в ст.14 Вводного закона.

Правда, конкретные сроки таких изменений законом не установлены. Можно лишь предположить, что налоговые органы попросту не зарегистрируют изменения в учредительные документы (не внесут соответствующую запись в ЕГРЮЛ) без изменения наименования фирмы.

Судя по содержанию ст.14 Вводного закона, это не должно касаться случаев внесения записей в ЕГРЮЛ, не связанных с изменением учредительных документов. Например, в связи со сменой директора.

Впрочем, у налоговиков имеется и другой механизм воздействия.

Так, налоговый орган согласно п.5 ст.1473 ГК РФ вправе обратиться в суд с иском к такой организации о понуждении ее к изменению фирменного названия. Но не во всех случаях, а только:

а) при нарушении правил, касающихся употребления русских и иноязычных фирменных наименований (п.3 ст.1473 ГК РФ);

б) при употреблении в фирменном наименовании запрещенных законом терминов, перечисленных в п.4 ст.1473 ГК РФ (типа "Российская Федерация" и т.п.).

Во-вторых, любой правообладатель может потребовать от других лиц прекратить использование фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию правообладателя или сходного с ним до степени смешения, в отношении видов деятельности, аналогичных видам деятельности, осуществляемым правообладателем (п.4 ст.1474 ГК РФ).

При этом правообладатель также вправе требовать от нарушителя возмещения ему причиненных убытков. Но это право возникает у правообладателя только в том случае, если его фирменное наименование было включено в ЕГРЮЛ ранее, чем фирменное наименование нарушителя (п.3 ст.1474 ГК РФ).

В связи с изложенным нельзя не отметить, что ряд спорных вопросов о масштабах допустимости использования фирменного наименования все же остался.

Согласно п.1 ст.1474 ГК РФ правообладатель может использовать свое исключительное право на фирменное наименование любым допустимым способом, в том числе путем его указания на вывесках, в объявлениях, в рекламе, на товарах, на их упаковках. В свою очередь, ограничения, связанные с использованием фирменного наименования, касаются только других фирменных наименований, тождественных или сходных до степени смешения с используемым, при наличии приоритета (п.3 ст.1474 ГК РФ).

В прежней редакции ГК РФ, равно как и в Законе о товарных знаках, ситуация, когда фирменное наименование было зарегистрировано позднее, чем товарный знак с использованием аналогичного наименования у другого правообладателя, законом не рассматривалась. Это порождало споры между заинтересованными лицами.

Однако теперь в п.6 ст.1252 ГК РФ содержится общая норма, призванная разрешить данную ситуацию.

Если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, то преимущество имеет то средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее (п.6 ст.1252 ГК РФ) [[69]](#footnote-69).

Таким образом, владелец фирменного наименования, обладающего более ранним приоритетом, в случае обнаружения сходных обозначений вправе требовать:

в отношении товарного знака (знака обслуживания) с более поздним приоритетом - признания его регистрации недействительной;

в отношении другого фирменного наименования или коммерческого обозначения - полного или частичного запрета на их использование.

Так что с 2008 г. судебная практика с учетом норм п.6 ст.1252 ГК РФ должна измениться.

Если с этих позиций проанализировать, например, упомянутое выше Постановление ФАС Поволжского округа от 14.06.2005 № А55-20728/05, то при обозначенных условиях с 2008 г. суд будет уже не вправе потребовать внесения изменений в учредительные документы организации, но сможет запретить использование фирменного наименования в отношении определенных видов деятельности. В рассматриваемом деле таким видом деятельности выступала "реализация грузовых и легковых автомобилей, а также запчастей к ним".

То есть по закону организация-нарушитель уже никаким образом не сможет заявлять себя в этой сфере деятельности, т.е. указывать свое фирменное наименование в любых видах рекламы, в документации и т.п. и даже заключать договоры от собственного имени.

Думается, что при таком положении дел правонарушитель сам "догадается" внести коррективы в свое фирменное наименование.

Закрытое акционерное общество "Гальва" обратилось в Арбитражный суд Самарской области с иском к Обществу с ограниченной ответственностью "Гальва" с требованием прекратить использование в его фирменном наименовании слово "Гальва", которое входит в фирменное наименование истца.

Исковые требования основывались на том, что истец как "Акционерное общество закрытого типа "Гальва" был зарегистрирован постановлением главы Ленинской администрации 24 октября 2003 г. Новая редакция его устава с фирменным наименованием "Закрытое акционерное общество "Гальва" утверждена постановлением главы Октябрьского района от 22 июля 2005 г., в то время как ответчик - "Общество с ограниченной ответственностью "Гальва" - зарегистрирован Самарской областной регистрационной палатой гораздо позже, 1 декабря 2007 г.

Ответчик иск не признал, ссылаясь на то, что фирменное наименование зарегистрировано им в установленном порядке и он имеет исключительное право использовать его.

В ходе судебного заседания было установлено следующее. Наименование ответчика не содержит иных отличий от наименования истца, кроме указания на другую организационно-правовую форму. Исключительное право истца, защищаемое в соответствии с п.4 ст.54 ГК, основывается на более ранней регистрации, а следовательно, преимущественном приоритетном праве. Как истец, так и ответчик занимаются одним видом деятельности - восстановлением емкости свинцовых аккумуляторных батарей - и зарегистрированы по одному адресу.

Суд пришел к следующему выводу: ответчик в целях недобросовестной конкуренции использует фирменное наименование, сходное до степени смешения с фирменным наименованием истца, что нарушает исключительное право истца на его фирменное наименование. При таких обстоятельствах требования истца подлежат удовлетворению. Суд обязал ООО "Гальва" прекратить использование в фирменном наименовании слово "Гальва".

Апелляционная жалоба ответчика постановлением апелляционной инстанции Арбитражного суда Самарской области была отклонена по тем же основаниям.

Федеральный арбитражный суд Поволжского округа, рассматривавший дело по кассационной жалобе ответчика, своим постановлением отменил акты обеих предшествующих инстанций и вынес решение об отказе в удовлетворении иска.

Принятое постановление строится на том, что суды первой и второй инстанций неправильно применили нормы материального права. Федеральный арбитражный суд Поволжского округа пришел к выводу о том, что "использование ответчиком своего зарегистрированного фирменного наименования (ООО "Гальва") не свидетельствует об использовании им фирменного наименования истца - ЗАО "Гальва". Ответчик в силу п.4 ст.54 ГК РФ имеет исключительное право на использование своего фирменного наименования так же, как истец своего - ЗАО "Гальва". Защите подлежат эти фирменные наименования, а не их часть, совпадающая у истца и ответчика"[[70]](#footnote-70).

С таким выводом суда нельзя согласиться.

В рассматриваемых судебных актах отражены два разных подхода к оценке факта нарушения исключительных прав на фирменное наименование. Это дает основание сформулировать основной вопрос, возникающий при разрешении подобных споров, и от ответа на который зависит степень защиты прав обладателя фирменного наименования. Признается ли нарушением только тождественное (идентичное) воспроизведение ранее зарегистрированного наименования другого лица или в равной степени также воспроизведение сходного наименования, способного вызвать их смешение?

Структура фирменного наименования коммерческой организации и сегодня содержит две основные составляющие: во-первых, сведения об организационно-правовой форме юридического лица и, во-вторых, собственно наименование. Коммерческие организации обычно включают в свое наименование условное словесное обозначение (в рассматриваемом деле - логотип "Гальва"), т.е. сокращенное фирменное наименование. Оно вносится также в государственный реестр (ст.5 Федерального закона от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц"[[71]](#footnote-71)). Именно это сокращенное фирменное наименование и выполняет его основную функцию - служит индивидуализирующим средством, позволяющим отличить организацию правообладателя от других участников гражданского оборота.

Здесь достаточно обратиться к договору коммерческой концессии. По этому договору правообладатель передает другой стороне право использовать принадлежащий ему комплекс исключительных прав (ст.1028 ГК РФ). В него входит право на фирменное наименование (существенное условие договора). Однако объектом договора является не все наименование (стороны могут иметь разную организационную форму), а только его вторая часть (сокращенное наименование).

Гражданский кодекс, установив охрану исключительных прав коммерческой организации на зарегистрированное в установленном порядке фирменное наименование, не определил условия, при которых использование охраняемого фирменного наименования признается противоправным.

Статья 54 ГК отсылает к специальному закону о фирменных наименованиях, где должны быть определены условия использования фирменных наименований, но закон этот пока не принят. Поэтому представляется правомерным обратиться к законодательству о других средствах индивидуализации, содержащих прямой ответ на поставленный вопрос.

Таким образом, не вызывает сомнения правильность решения судов первой и второй инстанций о нарушении ответчиком исключительных прав истца на его фирменное наименование, поскольку сходство этих наименований способно ввести в заблуждение участников оборота относительно действительного производителя работ.

Между тем решение Федерального арбитражного суда Поволжского округа об отказе в удовлетворении иска на том основании, что наименования сторон совпадают не полностью, а только в части - не единичное явление в практике арбитражных судов по такого рода спорам. К сожалению, критерий "тождественности" превалирует над критерием "сходства до степени смешения" при оценке факта нарушения прав на фирменное наименование.

В этой связи нельзя также согласиться с позицией, изложенной в п.1 информационного письма Высшего Арбитражного Суда РФ от 29 мая 1992 г. № С-13/ОПИ-122, которая несомненно влияет на судебную практику. В нем прямо указывается: "при установлении факта о том, что... одно наименование присвоено различным формированиям (акционерное общество, кооператив, совместное предприятие и т.п.), требование истца об изменении ответчиком своего наименования не может быть удовлетворено"[[72]](#footnote-72).

Иной подход к разрешению подобных дел противоречит общим принципам охраны средств индивидуализации и не защищает интерес добросовестных правообладателей фирменных наименований в сегодняшних условиях развития рыночных отношений и формирования конкурентной среды в России.

## Заключение

Фирменным наименованием признается наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, под которым оно выступает в коммерческом обороте. Это наименование - обязательный атрибут учредительных документов названных юридических лиц.

Общие правила о фирменном наименовании установлены статьями 54 и 138 ГК РФ. Специальные правила предусмотрены в статьях ГК РФ, регулирующих образование отдельных юридических лиц (например, ст.69 п.3, ст.82 п.4, ст.95 п.2, ст.116 п.3 и др.), а также в законах об образовании и деятельности хозяйственных товариществ и обществ.

Содержание фирменного наименования должно отвечать определенным требованиям. В его структуру включены две основные составляющие: сведения об организационно - правовой форме юридического лица, объем которых конкретизируется в соответствующих нормативных актах (в частности, для определенных видов организаций требуется указание предмета деятельности, других характеристик), и собственно наименование. Наряду с полным фирменным наименованием допускается также сокращенная форма наименования в виде логотипа и т.п.

Фирменное наименование как средство индивидуализации юридического лица отнесено ГК РФ к объектам интеллектуальной собственности. Исключительное право на охраняемое фирменное наименование действует на всей территории РФ. В качестве такого наименования может быть использовано любое оригинальное слово или словосочетание за установленными изъятиями, касающимися, например, таких наименований, как Россия, Российская Федерация, Москва и образованных на их основе слов и словосочетаний, применение которых требует соблюдения специальных правил либо вообще запрещено.

Главное требование к фирменному наименованию - обладание отличительными признаками, исключающими смешение его правообладателя в хозяйственном обороте с другими коммерческими организациями и предпринимателями, осуществляющими аналогичную деятельность. В противном случае фирменное наименование не может выполнять свою основную функцию - средства индивидуализации юридического лица.

Вместе с тем следует иметь в виду, что исключительное право юридического лица на фирменное наименование ограничивается предметом его деятельности. Следовательно, организации, занятые в различных областях хозяйственной деятельности или выпускающие различную продукцию, могут выступать в обороте под одним и тем же наименованием.

В целях более полной защиты фирменного наименования (практика тому подтверждение) оно может быть одновременно и защищено как товарный знак в качестве словесного знака - логотипа, повторяющего фирменное наименование, и включено в состав охраняемого товарного знака. Последний имеет более надежную защиту, поскольку его регистрация предусматривает обязательную проверку на новизну, которая включает сравнение со всеми тождественными и сходными до степени смешения обозначениями, охраняемыми на территории России.

Фирменное наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, определяется в его учредительных документах и регистрируется путем включения в Государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации самого юридического лица (ст.51 п.1 ГК РФ).

Исключительное право на фирменное наименование возникает с момента регистрации юридического лица и действует на всей территории РФ (прекращается с его ликвидацией).

Следовательно, проводимый контроль новизны фирменного наименования (до принятия закона о регистрации юридических лиц и создания единого Государственного реестра) не исключает регистрацию тождественных или сходных фирменных наименований разными хозяйствующими субъектами, например в Самаре и в Москве. В этой ситуации возможна коллизия между правами на зарегистрированные фирменные наименования, принадлежащими различным фирмовладельцам, занимающимся аналогичной хозяйственной деятельностью.

Для разрешения возникшей коллизии следует исходить из общего принципа охраны исключительных прав, в данном случае защиты преимущественного приоритетного права на то наименование, которое было зарегистрировано ранее.

Особый режим использования фирменных наименований (в отличие от товарных знаков) выражается в том, что передача права на фирменное наименование другим лицам не допускается, за исключением случаев, установленных ГК РФ (ст.1027, 1031).

Такая санкция прямо не предусмотрена действующим законодательством. В соответствии со статьей 54 пункт 4 ГК РФ правообладатель может потребовать прекращения неправомерного использования принадлежащего ему фирменного наименования и возмещения причиненных ему убытков. Приведенное положение конкретизирует общие правила о защите гражданских прав, установленные статьей 12 ГК РФ. Вместе с тем не вызывает сомнения, что лицо, обязанное судом прекратить использование зарегистрированного им фирменного наименования, должно совершить все необходимые для этого действия, и прежде всего внести соответствующие изменения в свои учредительные документы, что должно быть отражено в регистрационном реестре.

1. Фирменное наименование выполняет две основные функции: индивидуализацию коммерческих организаций, а также обеспечение возможности использования и передачи клиентеллы субъектами предпринимательской деятельности. Однако реализация указанных функций невозможна путем установления единого правового режима фирменного наименования. Должная индивидуализация коммерческих организаций достигается при условии постоянства и непередаваемости фирменных наименований; в то время как передача клиентеллы возможна лишь при условии свободного распоряжения правом на фирменное наименование. Таким образом, фирменное наименование оказалось нацеленным на реализацию функций, для осуществления которых требуются взаимоисключающие правовые механизмы; в результате, реализация одной из таких функций препятствует осуществлению другой. В целях наиболее оптимальной реализации отмеченных функций, необходимо разделить их осуществление: задачу индивидуализации коммерческой организации возложить на наименование юридического лица, а обеспечение возможности передачи клиентеллы - на коммерческое обозначение.

2. В случае обнаружения несоответствия наименования требованиям гражданского законодательства регистрирующий орган должен отказать в регистрации юридического лица по данному основанию. В силу этого, представляется необходимым внести в ст.23 Федерального закона от 08.08.2001 №129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" дополнение следующего содержания: "Отказ в государственной регистрации допускается в случае не соответствия наименования заявляемого к регистрации юридического лица требованиям законодательства".

3. Имущественное содержание права на фирменное наименование предопределяет возможность его отчуждения (уступки) в составе предприятия (имущественного комплекса) или части предприятия. Уступка права на фирменное наименование отдельно от предприятия допускается при условии обязательного предварительного уведомления кредиторов и должников правообладателя. Правообладатель обязан возместить убытки, возникшие в связи с ненадлежащим или несвоевременным уведомлением указанных лиц, а также несет в этом случае риск исполнения обязательства ненадлежащему лицу (ст.312 ГК РФ). Уступка фирменного наименования отдельно от предприятия не допускается, если она может явиться причиной введения в заблуждение потребителей. целесообразности закрепления в законодательстве т. н. принципа "постоянства фирмы": "1. Правообладатель вправе изменять своё фирменное наименование не чаще чем один раз в два года. Изменение фирменного наименования допускается при условии обязательного предварительного уведомления кредиторов и должников правообладателя.

2. Правообладатель обязан возместить убытки, возникшие в связи с ненадлежащим или несвоевременным уведомлением указанных лиц об изменении своего фирменного наименования, а также несет в этом случае риск исполнения обязательства ненадлежащему лицу (ст.312 ГК РФ)".

4. Выявлена целесообразность закрепления в законодательстве так называемого явочного принципа возникновения права на фирму: правовая охрана фирменного наименования предоставляется с момента государственной регистрации коммерческой организации (индивидуального предпринимателя) либо без регистрации - в силу международного договора Российской Федерации. Диспозитивный характер этого правила учитывает положения ст.8 Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в соответствии с которой "фирменное наименование охраняется во всех странах Союза без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо от того, является ли оно частью товарного знака" Следует включить в ст.1475 ГК РФ ч.3 следующего содержания: "Правовая охрана фирменного наименования предоставляется с момента государственной регистрации коммерческой организации (индивидуального предпринимателя) либо без регистрации - в силу международного договора Российской Федерации".

5. Необходимо законодательного закрепить принцип исчерпания права на фирменное наименование в ст.1475 ч.4 ГК РФ: "Обладатель исключительного права на фирменное наименование не вправе запрещать использование фирменного наименования в отношении маркированных этим наименованием товаров, если они были правомерно введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации".

6. Ст.1475 ГК РФ содержит не все способы прекращения права на фирменное наименование. Необходимо законодательного закрепить принцип исчерпания права на фирменное наименование в ст.1475 ч.5 ГК РФ: "Правовая охрана фирменного наименования может быть прекращена по решению суда в связи с его неиспользованием. Требование о прекращении правовой охраны фирменного наименования может быть предъявлено в суд любым заинтересованным лицом".

7. Необходимо включение в ГК РФ специальной нормы, предусматривающей возможность взыскания в пользу правообладателя денежной компенсации (штрафа) за незаконное использование фирменного наименования. Выплата денежной компенсации является альтернативным (вместо взыскания убытков) способом защиты права на фирму. Размер компенсации определяется по усмотрению суда.

7. Необходимо законодательного признать права на фирменное наименование индивидуального предпринимателя. "Фирменное наименование гражданина, осуществляющего предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуального предпринимателя), должно содержать указание фамилии гражданина и полностью или в инициалах имени и отчества, а также словосочетание "индивидуальный предприниматель" или аббревиатуру "ИП".

## Библиографический список

Нормативно-правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации [Текст]: офиц. текст. // Российская газета. -1993. - № 237.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Текст]: [Федеральный закон № 51-ФЗ, принят 30.11.1994 г., по состоянию на 06.12.2007] // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. - Ст.3301.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Текст]: [Федеральный закон № 14-ФЗ, принят 26.01.1996 г., по состоянию на 06.12.2007] // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 5. - Ст.410.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) [Текст]: [Федеральный закон № 146-ФЗ, принят 26.11.2001 г., по состоянию на 29.11.2007] // Собрание законодательства РФ. -2001. - № 49. - Ст.4552.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) [Текст]: [Федеральный закон № 230-ФЗ, принят 18.12.2006 г., по состоянию на 01.12.2007] // Собрание законодательства РФ. - 2006. - № 52 (1 ч). - Ст.5496.
6. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [Текст]: [Федеральный закон № 138-ФЗ, принят 14.11.2002 г., по состоянию на 04.12.2007] // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 46. - Ст.4532.
7. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации [Текст]: [Федеральный закон № 95-ФЗ, принят 24.07.2002 г., по состоянию на 02.10 2007] // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 30. - Ст.3012.
8. Об акционерных обществах [Текст]: [Федеральный закон № 208-ФЗ, принят 26.12.1995 г., по состоянию на 01.12.2007] // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 1. - Ст.1.
9. О некоммерческих организациях [Текст]: [Федеральный закон № 7-ФЗ, принят 12.01.1996 г., по состоянию на 01.12.2007] // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 3. - Ст.145.
10. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Текст]: [Федеральный закон № 149-ФЗ, принят 27.07.2006 г.] // Собрание законодательства РФ. - 2006. - № 31 (1 ч). - Ст.3448.
11. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [Текст]: [Закон № 129-ФЗ, принят 08.08.2001 г., по состоянию на 01.12.2007] // Собрание законодательства РФ. - 2001. - № 33 (часть I). - Ст.3431.
12. О банках и банковской деятельности [Текст]: [Федеральный закон № 395-1, принят 02.12.1990 г., по состоянию на 02.11 2007] // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 6. - Ст.492.
13. Об утверждении положения о федеральной налоговой службе [Текст]: [Постановление Правительства РФ № 506, от 30.09.2004 г., по состоянию на 06.06.2007] // Собрание законодательства РФ. - 2004. - № 40. - Ст.3961.
14. О едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей, правилах хранения в единых государственных реестрах юридических лиц и индивидуальных предпринимателей документов (сведений) и передачи их на постоянное хранение в государственные архивы, а также о внесении изменений и дополнений в Постановления Правительства Российской Федерации от 19 июня 2002 г. № 438 и 439 [Текст]: [Постановление Правительства РФ № 630 от 16.10.2003 г., по состоянию на от 13.12.2005] // Собрание законодательства РФ. - 2003. - № 43. - Ст.4238.
15. О едином государственном реестре юридических лиц [Текст]: [Постановление Правительства РФ № 438, от 19.06.2002 г., по состоянию на 27.07.2007] // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 26. - Ст.2585.
16. Об утверждении форм и требований к оформлению документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц, а также физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей [Текст]: [Постановление Правительства РФ № 439, от 19.06.2002 г., по состоянию на 27.07.2007] // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 26. - Ст.2586.
17. Об утверждении положения о федеральной налоговой службе [Текст]: [Постановление Правительства РФ № 506, от 30.09.2004 г., по состоянию на 06.06.2007] // Собрание законодательства РФ. - 2004. - № 40. - Ст.3961.
18. О правопреемстве фирменных наименований акционируемых государственных предприятий [Текст]: [Постановление ВС РФ № 4814-1, от 15.04.1993 г.] // Ведомости СНД и ВС РФ. - 1993. - № 17. - Ст.614.
19. Об обеспечении публикации и издания сведений о государственной регистрации юридических лиц в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственной регистрации [Текст]: [Приказ ФНС РФ № САЭ-3-09/355@, от 16.06.2006 г.] // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. - 2006. - № 28. - С.16.

Специальная и учебная литература:

1. Артемова О.Ю. Личность и социальные нормы в раннепервобытной общине. [Текст] - М., Юрлитиздат. 1987. - 462 с.
2. Бузанов В.Ю. Генезис фирмы в российском праве [Текст] // Журнал российского права. - 2007. - № 6. - С.45.
3. Бузанов В.Ю. Интеллектуальная собственность на коммерческое обозначение [Текст] // Хозяйство и право. - 2003. - № 12. - С.17.
4. Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Некоторые вопросы правовой охраны наименований мест происхождения товаров [Текст] // Журнал российского права. - 2008. - № 2. - С.15.
5. Голофаев В.В. Субъекты права на фирменное наименование [Текст] // Хозяйство и право. - 2008. - № 1. - С.25.
6. Городов О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения [Текст] - М., Волтерс Клувер. 2006. - 386 с.
7. Городов О.А. Субъекты прав на средства индивидуализации [Текст] // Предпринимательское право. - 2008. - № 1. - С.21.
8. Гражданское право [Текст] / Под ред. Сергеева А.П., Толстого Ю.К. Т.3. - М., Проспект. 2006. - 736 с.
9. Гришаев С.П. Коммерческие обозначения [Текст] // Российская юстиция. - 2007. - № 7. - С.17.
10. Гришаев С.П. Наименование места происхождения товаров [Текст] // Законодательство. - 2008. - № 1. - С.21.
11. Гришаев С.П. Правовая охрана фирменных наименований [Текст] // Законодательство. - 2007. - № 9. - С.24.
12. Дашян М.С. Особенности правовой охраны фирменных наименований в Российской Федерации: противоречия и аксиомы [Текст] // Право и экономика. - 2006. - № 11. - С. 19.
13. Дегтярев С. Некоторые особенности рассмотрения арбитражными судами споров, связанных с защитой товарного знака [Текст] // Арбитражный и гражданский процесс. - 2008. - № 1. - С.13.
14. Еременко В.И. О правовой охране фирменных наименований в России [Текст] // Законодательство и экономика. - 2008. - № 2. - С. 19.
15. Закурдаева О.Ю. Формирование понятия "товарный знак" в российском законодательстве [Текст] // Законодательство и экономика. - 2006. - № 11. - С.24.
16. Зверева Е.А. Проблемы правового регулирования использования средств индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности [Текст] // Арбитражный и гражданский процесс. - 2004. - № 5. - С.6.
17. Ивачев И. Фирменное наименование [Текст] // ЭЖ-Юрист. - 2008. - № 2. - С.9.
18. Изотов Н.Н. О соотношении "защиты" и "охраны" интеллектуальной собственности [Текст] // Юридический мир. - 2006. - № 10. - С. 19.
19. Исаев И.А. Становление хозяйственно-правовой мысли в СССР (20-е годы). [Текст] - М., Юридическая литература. 1986. - 514 с.
20. Каминка А.И. Акционерные компании. Т.1. [Текст] - М., Статут. 2004. - 576 с.
21. Каширских В.В. Проблемы выбора владельцами товарных знаков средств правовой защиты [Текст] // Юрист. - 2008. - № 12. - С.15.
22. Коммерческое право: Учебник. В 2 ч. Ч.1 [Текст] / Под ред. Попондопуло В.Ф., Яковлевой В.Ф. - М., Юристъ. 2005. - 612 с.
23. Лабзин М. Наследование права на товарный знак [Текст] // ИС. Промышленная собственность. - 2007. - № 8. - С.18.
24. Леви-Строс К. Первобытное мышление. [Текст] - М., Норма. 1994. - 432 с.
25. Л. Жюлио де Морандьер. Гражданское право Франции Т.1-3. Т.1. [Текст] - М., Иностранная литература. 1961. - 568 с.
26. Мельников В. Знаки фирмы священны и неприкосновенны [Текст] // Бизнес-адвокат. - 2008. - № 3. - С.12.
27. Охрана интеллектуальной собственности в России: Сб. законов, международных договоров, правил Роспатента с комментариями [Текст] / Отв. ред. Трахтенгерц Л.А. - М., Норма. 2005. - 568 с.
28. Памятники римского права. Законы XII таблиц. Институции Гая. Дигесты Юстиниана. [Текст] / Под ред. Кофанова Л.Л., Томсинова В.А. - М., Зерцало. 1997. - 456 с.
29. Победоносцев К.П. Курс гражданского права. [Текст] / Под ред. Томсинова В.А. - М., Статут. 2003. - 642 с.
30. Покровский И.А. Основные проблемы гражданского права. [Текст] - М., Статут. 2003. - 618 с.
31. Рабец А.П. Правовая охрана коммерческих обозначений: новеллы законодательства [Текст] // Право и экономика. - 2007. - № 6. - С.17.
32. Розенберг В.В. Фирма. Догматический очерк. [Текст] - М., Статут. 2001. - 634 с.
33. Сенников Н.Л. Источники права интеллектуальной промышленной собственности (методические рекомендации) [Текст] // Юридическое образование и наука. - 2007. - № 3. - С.15.
34. Сергеев А. Правовая охрана товарных знаков [Текст] // Корпоративный юрист. - 2007. - № 2. - С.21.
35. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. [Текст] - М., Волтерс Клувер. 2005. - 564 с.
36. Сергеев А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак. [Текст] - СПб., Питер. 2003. - 342 с.
37. Тимонин Д.А. Возникновение права на фирменное наименование: исторический аспект [Текст] // История государства и права. - 2006. - № 6. - С.24.
38. Тимонин Д.А. О сущности фирменного наименования [Текст] // Юрист. - 2006. - № 5. - С.23.
39. Уруков В.Н., Урукова О.В. Соотношение права на фирменное наименование и права на коммерческое обозначение [Текст] // Право и экономика. - 2007. - № 11. - С.23.
40. Фирменное наименование и основания его использования коммерческими организациями [Текст] / Под общ. ред. Попондопуло В.Ф., Скворцова О.Ю. - М., Волтерс Клувер. 2005. - 252 с.
41. Цитович П.П. Очерк основных понятий торгового права. [Текст] - М., Статут. 2005. - 628 с.
42. Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права. [Текст] - М., Статут. 2005. - 672 с.

Материалы юридической практики:

1. О вопросах, возникших у судов при рассмотрении гражданских дел, связанных с применением законодательства об авторском праве и смежных правах [Текст]: [пост. Пленума ВС № 15: принято 19.06.2006] // Бюллетень Верховного суда РФ. - 2006. - № 8. - С.5.
2. Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением закона Российской Федерации "Об авторском праве и смежных правах" [Текст]: [инф. письмо № 47: принято 28.09.1999] // Вестник ВАС РФ. - 1999. - № 11. - С.30.
3. Об отдельных решениях совещаний по арбитражной практике [Текст]: [Информационное письмо ВАС РФ № С-13/ОПИ-122, от 29.05.1992 г.] // Вестник ВАС РФ. - 1992. - № 1. - С.24.
4. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 9 февраля 2007 г. № 7570/07 // Вестник ВАС РФ. - 2007. - № 6. - С.27.
5. Постановление Президиума ВАС РФ от 14 марта 2006 г № 13421/05 // Вестник ВАС РФ. - 2006. - № 7. - С.36.
6. Постановление ФАС Поволжского округа от 14 июня 2007 г. Дело № А55-20728/5 // Вестник ВАС РФ. - 2007. - № 10. - С.46.
7. Постановление ФАС Поволжского округа от 12 марта 2007 г. Дело № А55-17892/07 // Вестник ВАС РФ. - 2007. - № 7. - С.34.
8. Постановление ФАС Поволжского округа от 27 декабря 2006 г. Дело № А55-17857/06 // Вестник ВАС РФ. - 2007. - № 4. - С.31.
9. Постановление ФАС Поволжского округа от 1 октября 2006 г. Дело № А55-12411/06 // Вестник ВАС РФ. - 2007. - № 2. - С.36.

1. Леви-Строс К. Первобытное мышление. [Текст] – М., Норма. 1994. – С. 125; Артемова О.Ю. Личность и социальные нормы в раннепервобытной общине. [Текст] – М., Юрлитиздат. 1987. – С. 181. [↑](#footnote-ref-1)
2. Гришаев С.П. Наименование места происхождения товаров [Текст] // Законодательство. – 2008. – № 1. – С. 21. [↑](#footnote-ref-2)
3. Покровский И.А. Основные проблемы гражданского права. [Текст] – М., Статут. 2003. – С. 291 [↑](#footnote-ref-3)
4. Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права. [Текст] – М., Статут. 2005. – С. 296. [↑](#footnote-ref-4)
5. Памятники римского права. Законы XII таблиц. Институции Гая. Дигесты Юстиниана. [Текст] / Под ред. Кофанова Л.Л., Томсинова В.А. – М., Зерцало. 1997. – С. 378 [↑](#footnote-ref-5)
6. Л. Жюлио де Морандьер. Гражданское право Франции Т. 1-3. Т. 1. [Текст] – М., Иностранная литература. 1961. – С. 118. [↑](#footnote-ref-6)
7. Каминка А.И. Акционерные компании. Т. 1. [Текст] – М., Статут. 2004. – С. 34-43. [↑](#footnote-ref-7)
8. Каминка А.И. Акционерные компании. Т. 1. [Текст] – М., Статут. 2004. – С. 341 - 343. [↑](#footnote-ref-8)
9. Бузанов В.Ю. Генезис фирмы в российском праве [Текст] // Журнал российского права. – 2007. – № 6. – С. 45. [↑](#footnote-ref-9)
10. Розенберг В.В. Фирма. Догматический очерк. [Текст] – М., Статут. 2001. – С. 7. [↑](#footnote-ref-10)
11. Победоносцев К.П. Курс гражданского права. [Текст] / Под ред. Томсинова В.А. – М., Статут. 2003. – С. 213. [↑](#footnote-ref-11)
12. Исаев И.А. Становление хозяйственно-правовой мысли в СССР (20-е годы). [Текст] – М., Юридическая литература. 1986. – С. 123 - 173. [↑](#footnote-ref-12)
13. СУ. - 1927. - № 40. Ст. 395. [↑](#footnote-ref-13)
14. Ведомости СНД и ВС РФ. – 1993. – № 17. – Ст. 614. [↑](#footnote-ref-14)
15. Тимонин Д.А. О сущности фирменного наименования [Текст] // Юрист. – 2006. – № 5. – С. 23. [↑](#footnote-ref-15)
16. Закурдаева О.Ю. Формирование понятия "товарный знак" в российском законодательстве [Текст] // Законодательство и экономика. – 2006. – № 11. – С. 24. [↑](#footnote-ref-16)
17. Собрание законодательства РФ. – 2004. – № 40. – Ст. 3961. [↑](#footnote-ref-17)
18. Собрание законодательства РФ. – 2001. – № 33 (часть I). – Ст. 3431. [↑](#footnote-ref-18)
19. Гришаев С.П. Коммерческие обозначения [Текст] // Российская юстиция. – 2007. – № 7. – С. 17. [↑](#footnote-ref-19)
20. Каширских В.В. Проблемы выбора владельцами товарных знаков средств правовой защиты [Текст] // Юрист. – 2008. – № 12. – С. 15. [↑](#footnote-ref-20)
21. Зверева Е.А. Проблемы правового регулирования использования средств индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности [Текст] // Арбитражный и гражданский процесс. – 2004. – № 5. – С. 6. [↑](#footnote-ref-21)
22. Дегтярев С. Некоторые особенности рассмотрения арбитражными судами споров, связанных с защитой товарного знака [Текст] // Арбитражный и гражданский процесс. – 2008. – № 1. – С. 13. [↑](#footnote-ref-22)
23. Гришаев С.П. Правовая охрана фирменных наименований [Текст] // Законодательство. – 2007. – № 9. – С. 24. [↑](#footnote-ref-23)
24. Тимонин Д.А. Возникновение права на фирменное наименование: исторический аспект [Текст] // История государства и права. – 2006. – № 6. – С. 24. [↑](#footnote-ref-24)
25. Лабзин М. Наследование права на товарный знак [Текст] // ИС. Промышленная собственность. – 2007. – № 8. – С. 18. [↑](#footnote-ref-25)
26. Рабец А.П. Правовая охрана коммерческих обозначений: новеллы законодательства [Текст] // Право и экономика. – 2007. – № 6. – С. 17. [↑](#footnote-ref-26)
27. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 9 февраля 2007 г. № 7570/07 // Вестник ВАС РФ. – 2007. – № 6. – С. 27. [↑](#footnote-ref-27)
28. Сергеев А. Правовая охрана товарных знаков [Текст] // Корпоративный юрист. – 2007. – № 2. – С .21. [↑](#footnote-ref-28)
29. Охрана интеллектуальной собственности в России: Сб. законов, международных договоров, правил Роспатента с комментариями [Текст] / Отв. ред. Трахтенгерц Л.А. – М., Норма. 2005. – С. 575. [↑](#footnote-ref-29)
30. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. [Текст] – М., Волтерс Клувер. 2005. – С. 170; Гражданское право [Текст] / Под ред. Сергеева А.П., Толстого Ю.К. Т. 3. – М., Проспект. 2006. – С. 265. [↑](#footnote-ref-30)
31. Орлова В.В., Добрынин О.В. Что происходит с товарным знаком в процессе банкротства и при наследовании? [Текст] // Патенты и лицензии. – 2006. – № 7. – С. 23. [↑](#footnote-ref-31)
32. Коммерческое право: Учебник. В 2 ч. Ч. 1 [Текст] / Под ред. Попондопуло В.Ф., Яковлевой В.Ф. – М., Юристъ. 2005. – С. 97. [↑](#footnote-ref-32)
33. Цитович П.П. Очерк основных понятий торгового права. [Текст] – М., Статут. 2005. – С. 95. [↑](#footnote-ref-33)
34. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. [Текст] – М., Волтерс Клувер. 2005. – С. 126. [↑](#footnote-ref-34)
35. О едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей, правилах хранения в единых государственных реестрах юридических лиц и индивидуальных предпринимателей документов (сведений) и передачи их на постоянное хранение в государственные архивы, а также о внесении изменений и дополнений в Постановления Правительства Российской Федерации от 19 июня 2002 г. № 438 и 439 [Текст]: [Постановление Правительства РФ № 630 от 16.10.2003 г., по состоянию на от 13.12.2005] // Собрание законодательства РФ. – 2003. – № 43. – Ст. 4238. [↑](#footnote-ref-35)
36. Собрание законодательства РФ. – 2004. – № 40. – Ст. 3961. [↑](#footnote-ref-36)
37. Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3448. [↑](#footnote-ref-37)
38. Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 26. – Ст. 2586. [↑](#footnote-ref-38)
39. Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 26. – Ст. 2585. [↑](#footnote-ref-39)
40. Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2006. – № 28. – С. 16. [↑](#footnote-ref-40)
41. Сергеев А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак. [Текст] – СПб., Питер. 2003. – С. 21. [↑](#footnote-ref-41)
42. Сергеев А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак. [Текст] – СПб., Питер. 2003. – С. 22. [↑](#footnote-ref-42)
43. Бузанов В.Ю. Интеллектуальная собственность на коммерческое обозначение [Текст] // Хозяйство и право. – 2003. – № 12. – С. 17; Голофаев В.В. Субъекты права на фирменное наименование [Текст] // Хозяйство и право. – 2008. – № 1. – С. 25. [↑](#footnote-ref-43)
44. Сергеев А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак. [Текст] – СПб., Питер. 2003. – С. 22. [↑](#footnote-ref-44)
45. Городов О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения [Текст] – М., Волтерс Клувер. 2006. – С. 73-74. [↑](#footnote-ref-45)
46. Постановление ФАС Поволжского округа от 27 декабря 2006 г. Дело № А55-17857/06 // Вестник ВАС РФ. – 2007. – № 4. – С. 31. [↑](#footnote-ref-46)
47. Сергеев А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак. [Текст] – СПб., Питер. 2003. – С. 31. [↑](#footnote-ref-47)
48. Сергеев А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак. [Текст] – СПб., Питер. 2003. – С. 31. [↑](#footnote-ref-48)
49. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. [Текст] – М., Волтерс Клувер. 2005. – С. 144. [↑](#footnote-ref-49)
50. Городов О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения [Текст] – М., Волтерс Клувер. 2006. – С. 145. [↑](#footnote-ref-50)
51. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. [Текст] – М., Волтерс Клувер. 2005. – С. 146. [↑](#footnote-ref-51)
52. Фирменное наименование и основания его использования коммерческими организациями [Текст] / Под общ. ред. Попондопуло В.Ф., Скворцова О.Ю. – М., Волтерс Клувер. 2005. – С. 41-44; Сенников Н.Л. Источники права интеллектуальной промышленной собственности (методические рекомендации) [Текст] // Юридическое образование и наука. – 2007. – № 3. – С. 15. [↑](#footnote-ref-52)
53. Уруков В.Н., Урукова О.В. Соотношение права на фирменное наименование и права на коммерческое обозначение [Текст] // Право и экономика. – 2007. – № 11. – С. 23. [↑](#footnote-ref-53)
54. Дашян М.С. Особенности правовой охраны фирменных наименований в Российской Федерации: противоречия и аксиомы [Текст] // Право и экономика. – 2006. – № 11. – С. 19. [↑](#footnote-ref-54)
55. Изотов Н.Н. О соотношении "защиты" и "охраны" интеллектуальной собственности [Текст] // Юридический мир. – 2006. – № 10. – С. 19. [↑](#footnote-ref-55)
56. Ивачев И. Фирменное наименование [Текст] // ЭЖ-Юрист. – 2008. – № 2. – С. 9. [↑](#footnote-ref-56)
57. Вестник ВАС РФ. – 1992. – № 1. – С. 24. [↑](#footnote-ref-57)
58. Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 3. – Ст. 145. [↑](#footnote-ref-58)
59. Еременко В.И. О правовой охране фирменных наименований в России [Текст] // Законодательство и экономика. – 2008. – № 2. – С. 19. [↑](#footnote-ref-59)
60. Постановление Президиума ВАС РФ от 14 марта 2006 г № 13421/05 // Вестник ВАС РФ. – 2006. – № 7. – С.36. [↑](#footnote-ref-60)
61. Постановление ФАС Поволжского округа от 14 июня 2007 г. Дело № А55-20728/5 // Вестник ВАС РФ. – 2007. – № 10. – С. 46. [↑](#footnote-ref-61)
62. Постановление ФАС Поволжского округа от 1 октября 2006 г. Дело № А55-12411/06 // Вестник ВАС РФ. – 2007. – № 2. – С. 36. [↑](#footnote-ref-62)
63. Об акционерных обществах [Текст]: [Федеральный закон № 208-ФЗ, принят 26.12.1995 г., по состоянию на 01.12.2007] // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 1. – Ст. 1. [↑](#footnote-ref-63)
64. Об обществах с ограниченной ответственностью [Текст]: [Федеральный закон № 14-ФЗ, принят 08.02.1998 г., по состоянию на 18.12.2006] // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 7. – Ст. 785. [↑](#footnote-ref-64)
65. О государственных и муниципальных унитарных предприятиях [Текст]: [Федеральный закон № 161-ФЗ, принят 14.11.2002 г., по состоянию на 01.12.2007] // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 48. – Ст. 4746. [↑](#footnote-ref-65)
66. О банках и банковской деятельности [Текст]: [Федеральный закон № 395-1, принят 02.12.1990 г., по состоянию на 02.11.2007] // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 6. – Ст. 492. [↑](#footnote-ref-66)
67. Мельников В. Знаки фирмы священны и неприкосновенны [Текст] // Бизнес-адвокат. – 2008. – № 3. – С. 12. [↑](#footnote-ref-67)
68. Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Некоторые вопросы правовой охраны наименований мест происхождения товаров [Текст] // Журнал российского права. – 2008. – № 2. – С. 15. [↑](#footnote-ref-68)
69. Городов О.А. Субъекты прав на средства индивидуализации [Текст] // Предпринимательское право. – 2008. – № 1. – С. 21. [↑](#footnote-ref-69)
70. Постановление ФАС Поволжского округа от 12 марта 2007 г. Дело № А55-17892/07 // Вестник ВАС РФ. – 2007. – № 7. – С. 34. [↑](#footnote-ref-70)
71. Собрание законодательства РФ. – 2001. – № 33 (Часть I). – Ст. 3431. [↑](#footnote-ref-71)
72. Вестник ВАС РФ. – 1992. – №1. – С. 24. [↑](#footnote-ref-72)