
ПРАВО

Ю. С. Венедиктов

К ВОПРОСУ О ЮРИДИЧЕСКОЙ ПРИРОДЕ ФИРМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ

В статье подвергнут анализу существовавший в дореволюционной науке взгляд на фирму как на средство индивидуализации не юридического лица, а предприятия; рассмотрены теоретические и практические проблемы правового регулирования фирменных наименований по современному российскому законодательству.

Ключевые слова: фирма, фирменное наименование, коммерческая организация, правообладатель, реестр.

Yu. Venediktov

TO THE ISSUE OF THE LEGAL NATURE OF COMPANY NAMES

An analysis of the pre-revolutionary view on the firm as a means of individualization of the enterprise rather than a legal entity. The theoretical and practical issues of legal regulation of company names under the modern Russian legislation are regarded.

Keywords: firm, company name, commercial organization, right owner, register.

Аналогично тому, как каждый человек, выступающий в гражданских правоотношениях как лицо физическое, обладает именем, с которым связывается вся совокупность представлений о внешних и внутренних качествах его носителя, направленных на индивидуализацию личности, каждая коммерческая организация обладает своим фирменным наименованием или фирмой. Фирма как личное неимущественное благо отделилось от гражданского имени. Фирменное наименование играет весьма важную роль в коммерческой сфере, где доброе имя и деловая репутация ценятся не меньше, чем иные материальные ценности.

В учредительных документах коммерческой организации должны определяться

наименование коммерческой организации, место ее нахождения, порядок управления деятельностью, а также другие сведения, предусмотренные законом для коммерческих организаций соответствующего вида.

Одним из содержательных атрибутов правосубъектности коммерческой организации является ее фирменное наименование. Еще дореволюционные русские цивилисты подчеркивали важное значение фирмы для предприятия. Употребление фирменного наименования, с одной стороны, имеет то же юридическое значение, что и употребление имени в гражданском обороте (документ, подписанный фирменным наименованием, так же обязателен для собственника торгового предприятия,

как для любого физического лица документ, подписанный его именем). С другой стороны, коммерсант, действуя под своей фирмой, выражает намерение действовать в данном случае именно в качестве коммерсанта, а не частного лица, а третьи лица, вступая в деловые отношения с его фирмой, обнаруживают тем самым желание иметь дело с лицом как представителем торгового предприятия, а не как с таковым [1, с. 127–128]. Экономическое значение фирменного наименования заключается в ценности, которую имеет хорошо поставленная коммерческая организация благодаря своей известности среди контрагентов. Некоторые коммерческие организации могут быть известны всей России, другие — отдельному региону, третьи — одному городу и т. д. Наличие этой ценности обнаруживается «в том излишке, который приобретает цена предприятия сверх стоимости помещения, обстановки, товаров» [6, с. 76–77].

В дореволюционной русской литературе долгое время обсуждался вопрос, что следует понимать под торговой фирмой: название торгового предприятия или имя собственника торгового предприятия? Одни авторы рассматривали фирму в качестве названия торгового предприятия как обособленного частного хозяйства [7, с. 12], другие считали фирмой торговое имя купца [1, с. 126]. Нам представляется, что правы сторонники первой точки зрения. Фирменное наименование коммерсанта может отличаться от его гражданского имени (фамилии). Имя дается человеку для его индивидуализации, и если мы будем рассматривать фирму как имя коммерсанта, придется признать, что лицо, обладающее несколькими коммерческими организациями, является носителем многих имен, что не соответствует действительности.

В настоящее время порядок использования и защиты фирменных наименований определяется в соответствии с правилами раздела VII ГК РФ. Право на фирму, т. е. возможность использования фирменного наименования в гражданском обороте, является личным неимущественным правом коммерческой организации и относится к числу абсолютных прав, т. е. таких прав, которые действуют в отношении всех третьих

лиц, обязанных воздерживаться от нарушения правомочий, предоставленных их владельцам. Иными словами, фирмовладельцу противостоит не какое-либо конкретное лицо, обязанное совершить или, наоборот, воздержаться от каких-либо действий, а все третьи лица, на которых лежит обязанность не нарушать право на фирму и не препятствовать фирмовладельцу в осуществлении его правомочий [3, с. 289].

В ст. 1474 ГК выявляется содержание исключительного права на фирменное наименование, согласно которому юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом, в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках.

Следовательно, под фирменным наименованием следует понимать то наименование, под которым коммерческая организация выступает в гражданском обороте и которое индивидуализирует ее среди других участников гражданского оборота.

Коммерческая организация выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в ее учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации.

Немаловажным является также вопрос о том, как у коммерческой организации возникает право на фирменное наименование. Согласно прямому указанию закона исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица (п. 2 ст. 1475 ГК).

Порядок предоставления правовой охраны фирменному наименованию сводится к следующему. Юридическое лицо определяет, какое именно обозначение наилучшим образом будет его индивидуализировать, фиксирует его в своих учредительных документах и представляет эти документы на регистрацию в уполномоченный орган. Фирменное наименование вносится как одно из сведений, относящихся к юридическому лицу, в Единый государственный реестр

юридических лиц. Внесение фирменного наименования в этот реестр осуществляется при регистрации юридического лица, но не до такой регистрации. Ведения какого-то специального, отдельного реестра фирменных наименований не предполагается. Из положений ГК возможность его создания не прослеживается. Устанавливаемый законодателем порядок предоставления правовой охраны фирменным наименованиям полностью соответствует требованиям Парижской конвенции по охране промышленной собственности [5, с. 258].

В связи с анализом правил, применяемых при определении фирменных наименований, возникает вопрос о правопреемстве в этой сфере. Несомненно, что право на фирменное наименование принадлежит тому, кому принадлежит право на имущество данной коммерческой организации.

Однако в глазах потребителя нередко фирменное наименование ассоциируется не столько с данной коммерческой организацией, сколько с технической базой предприятия как имущественного комплекса, с научно-техническим уровнем производства, с квалификацией персонала, с традициями, дизайном и прочими категориями, весьма важными экономически, но никак не формализованными с точки зрения права. В случае, если данное предприятие как имущественный комплекс меняет собственника, то традиционным является сохранение данного фирменного наименования. Таким образом, одна и та же коммерческая организация обязана иметь наименование, цель которого — обеспечить отличие одной коммерческой организации от другой, и вместе с тем она вправе пользоваться, в том числе монополично, фирменными наименованиями, принадлежавшими прежним собственникам производств, включенными впоследствии в состав имущества данной коммерческой организации.

Содержание фирмы имеет колоссальное общественное значение в силу ее идентификационной функции, а ее основное назначение состоит в индивидуализации отдельных участников гражданского оборота. Чтобы обеспечить решение данной задачи, законодательство предъявляет к фирменным

наименованиям ряд требований, которые обычно оцениваются в литературе в качестве принципов фирмы.

Прежде всего, фирменное наименование коммерческой организации должно правдиво отражать ее правовое положение и не вводить в заблуждение других участников гражданского оборота. В этой связи ведущим принципом является принцип истинности фирмы, т. е. адекватности условного наименования коммерческой организации ее действительным экономическим задачам. Фирменное наименование должно содержать соответствующее действительности указание на организационно-правовую форму коммерческой организации и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Действующее законодательство запрещает включать в фирменное наименование обозначения, способные ввести в заблуждение, помимо этого в п. 4 ст. 1473 ГК приводится перечень тех видов обозначений, которые не могут включаться в фирменные наименования или охраняться в качестве таковых.

Русское дореволюционное право также придерживалось принципа истинности фирменного наименования, однако знало два отступления от него: 1) при переходе предприятия от одного лица к другому по наследованию или при возмездном отчуждении; 2) при выходе замуж купчихи, давшей свое имя торговому предприятию до этого момента [6, с. 77].

Интересные положения на этот счет содержит Германское торговое уложение. Фирма сохраняется при изменении фамилии владельца предприятия или входящего в фирму товарищества (§ 21) при приобретении торгового предприятия с согласия прежнего владельца или его наследника (§ 22), при изменении состава товарищества (§ 24). Причем лицо, продолжающее ведение торгового предприятия под прежним фирменным наименованием, отвечает по всем обязательствам прежнего владельца, основанным на ведении предприятия. К нему переходят также требования к должникам, если прежний владелец или его наследники согласились на передачу фирмы (п. 1, § 25) [4, с. 173].

Чтобы не допустить смешения одной фирмы коммерческой организации с другой, фирменное наименование обязано иметь отличительные признаки. Этим определен принцип исключительности и новизны фирмы, т. е. фирменной индивидуализации коммерческой организации путем выделения из ряда других участников товарооборота и закрепления за ней особого, единственного в своем роде имени, отличного от уже используемых наименований. Однако на практике данный принцип не находит должной реализации. Представляется, что из него следует непозволительность применения идентичных фирменных наименований различными субъектами, с одной стороны, и, напротив, разрешается выступать в обороте хотя бы и под аналогичными, но не полностью совпадающими фирмами, с другой стороны. Вследствие этого, если коммерческие организации имеют различную организационно-правовую форму, которая отражена в их фирменном наименовании, они могут выступать в обороте под одним и тем же названием. Такую позицию занял и Высший арбитражный суд РФ, давший соответствующее разъяснение в письме «Об отдельных решениях совещаний по арбитражной практике» от 29 мая 1992 г. № С-13/ОПИ-122 [2].

С другой стороны, если это не приводит к коллизии интересов участников гражданского оборота и не вводит в заблуждение третьих лиц, по смыслу закона не исключается применение участниками оборота и полностью совпадающих фирменных наименований. Содержание принципа исключительности фирмы не ограничивается только сферой используемых фирменных наименований. Непозволительным может оказаться и неполное совпадение, если дело касается, к примеру, организаций одного профиля, функционирующих на одном и том же участке рынка.

Кроме того, соответствующая степень индивидуализации участников оборота может быть обеспечена фирмой тогда, когда она остается постоянной в течение всего времени, пока пользующийся ею предприниматель сохраняет свой организационно-правовой статус. Это требование отражается в принципе постоянства фирмы, т. е. строгой

неизменности, последовательности и, как правило, бессрочности при использовании коммерческой организацией своего имени. Очевидно, что в сохранении неизменности названия организации в одинаковой мере заинтересованы как ее владелец, добросовестно действующий на товарном рынке, так и все другие участники оборота, а также потребители и государство; благодаря этому произвольное и не обусловленное переменной правового статуса видоизменение фирменного наименования не допускается. Право на фирму не ограничено каким-либо сроком и действует в течение всего времени, пока существует данная коммерческая организация. 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 (п. 2 ст. 1475 ГК).

Без всякого сомнения, принцип постоянства фирмы не должен входить в противоречие с принципом истинности. Должное отражение в фирменном наименовании должно произойти, если, например, изменилась организационно-правовая форма коммерческой организации или сменился ее владелец. Однако и в этом случае в измененном наименовании организации может быть в той или иной форме указано на преемственную связь организации с той организацией, на базе которой она создана.

Перечисленные принципы так или иначе проявляются в структуре фирменного имени, т. е. в том словесном обозначении, которое употребляется в качестве фирмы, создается по обусловленным правилам и состоит из относительно независимых частей. Принято выделять две части фирмы — основную, которая именуется корпусом фирмы, и вспомогательную, которая именуется добавлениями. Корпус фирмы, представляющий обязательную часть любого фирменного наименования, указывает на организационно-правовую форму коммерческой организации, ее тип и предмет деятельности, а в отдельных случаях — и на прочие ее характеристики.

Вторая часть структуры фирменного наименования — это добавления к фирме, элементы которой подразделяются на обязательные и факультативные. Непременным добавлением является специальное наименование коммерческой организации, ее номер или иное обозначение, необходимое для отличия одних организаций от других. Роль таких наименований чаще всего выполняют разнообразные условные обозначения в виде оригинальных слов (ЗАО «Экстрем»), имен собственных (ООО «Анютка»), географических названий (ОАО «Ока») и т. п.

Кроме того, в фирму могут быть включены также и другие обозначения, в том числе сокращенное фирменное наименование на русском языке, на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Не допускается включение в фирму таких обозначений, которые способны породить заблуждения у третьих лиц. Фирма коммерческой организации, таким образом, может состоять:

- только из корпуса (например, Ленинградский электромеханический завод);
- из корпуса и обязательных добавлений [(например (корпус) — Открытое акционерное общество (обязательное добавление) — «Авангард»)];
- из корпуса, обязательного и факультативного добавлений [(например, (корпус) — Ленинградский механический завод (обязательное добавление) — им. Карла Либкнехта (факультативное добавление) — (ЛМЗ)].

Фирму следует отличать от вывески или иного материального носителя фирменного имени (бланка, подписи предприятия и т. п.). Образно говоря, между ними можно провести такое же различие, как между произведением (объектом авторского права) и книгой (объектом права собственности).

Факультативные добавления типа указаний — «универсальный», «специализированный», «центральный» и т. п., в том числе сокращенное наименование фирмы (ЛМЗ, ЛОМО, ИЖ и т. д.), могут включаться в фирму по усмотрению ее владельца.

Законодателем установлен безусловный запрет на распоряжение фирменным наименованием (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования). Правообладатель не может уступить (передать) его иному лицу; более того, правообладатель не может даже предоставить право на его временное использование (например, по лицензионному договору или договору коммерческой концессии, как это имело место до принятия части четвертой ГК). Однако права на фирменные наименования могут переходить в результате правопреемства от одного юридического лица другому, а именно в результате реорганизации юридического лица.

Неправомерное использование чужого зарегистрированного фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения, если указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность, влечет обязанность нарушителя по требованию правообладателя прекратить его использование в отношении видов деятельности, аналогичных видам деятельности, осуществляемым правообладателем, и возместить правообладателю причиненные убытки (п. 3, 4 ст. 1474 ГК).

Убытки могут составить потери коммерческой организации, вызванные недобросовестным использованием наименования, подрывом вследствие этого деловой ее репутации и потерей клиентуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Башилов А. П.* Русское торговое право (практический курс, по наброскам лекций). СПб., 1887.
2. Вестник Высшего арбитражного суда РФ. 1992. № 1.
3. Гражданское право: Учеб.: В 3 т. Т. 3 / Под ред. А. П. Сергеева. М.: ТК Велби, 2010.
4. Гражданское, торговое и семейное право капиталистических стран // Сборник нормативных актов: гражданские и торговые кодексы. М.: Изд-во Ун-та дружбы народов, 1986.
5. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации части четвертой (постатейный) // Отв. ред. Л. А. Трахтенгерц. М.: ИНФРА-М, 2009.

6. Шершеневич Г. Ф. Учебник торгового права (по изд. 1914 г). М., 1994.
7. Яблочков Т. М. Рецензия на “Очерки торгового права” проф. А. И. Каминки. Ярославль, 1912.

REFERENCES

1. *Bashilov A. P.* Russkoe torgovoe pravo (prakticheskij kurs, po nabroskam lekcij). SPb., 1887.
2. Vestnik Vysshego Arbitrazhnogo Suda RF. 1992. №1.
3. Grazhdanskoe pravo: Ucheb.: v 3 t. T. 3 / Pod red. A. P. Sergeeva. M.: TK Velbi, 2010.
4. Grazhdanskoe, torgovoe i semejnoe pravo kapitalisticheskikh stran // Sbornik normativnyh aktov: grazhdanskije i torgovye kodeksy. M.: Izd-vo Un-ta druzhby narodov, 1986.
5. Kommentarij k Grazhdanskomu kodeksu Rossijskoj Federacii chasti chetvertoj (postatejnij) // Otv. red. L. A. Trahtengerc. M.: INFRA-M, 2009.
6. *Shershenevich G. F.* Uchebnik torgovogo prava (po izd. 1914 g). M., 1994.
7. *Jablochkov T. M.* Recenzija na “Ocherki torgovogo prava” prof. A. I. Kaminki. Jaroslavl', 1912.

А. П. Тетердинко

РЕШЕНИЕ СУДА ПЕРВОЙ ИНСТАНЦИИ ОБ ОТМЕНЕ РЕГИСТРАЦИИ КАНДИДАТА (СПИСКА КАНДИДАТОВ): ОСОБЕННОСТИ ПОДАЧИ КАССАЦИОННОЙ ЖАЛОБЫ И ПРОБЛЕМЫ ВСТУПЛЕНИЯ В ЗАКОННУЮ СИЛУ И ИСПОЛНЕНИЯ ДО ДНЯ ГОЛОСОВАНИЯ

Исследуется вопрос о возможности рассмотрения дела об отмене регистрации кандидата (списка кандидатов) судом кассационной инстанции после дня голосования, а также рассматриваются проблемы, возникающие в правоприменительной ситуации, когда в пределах пятидневного срока на обжалование кандидат или избирательное объединение посредством организации почтовой связи подали кассационную жалобу на решение суда первой инстанции об отмене регистрации данного кандидата (списка кандидатов, выдвинутого данным избирательным объединением), однако очевидно, что данная кассационная жалоба ко дню голосования до суда не дойдет.

Ключевые слова: выборы, отмена регистрации, решение суда, законная сила.

А. Teterdinko

TRIAL COURT VERDICT CANCELLING CANDIDATE'S (LIST OF CANDIDATES) REGISTRATION: CASSATION COMPLAINT APPLICATION AND THE PROBLEMS OF ENFORCEMENT BEFORE THE ELECTION DAY

The article regards the possibility of a hearing in trial court of the case of cancelling the candidate's (list of candidates) registration after the day of elections, as well as the problems emerging in the enforcement situation when within the five days allocated for the complaint the candidate or the election group send by post a complaint to trial court on the decision to cancel the registration of the candidate (a group of candidates), however, it is obvious that the complaint will not reach the court before the election day.

Keywords: elections, registration cancellation, verdict, enforcement.

Избирательное законодательство Российской Федерации устанавливает такую меру конституционно-правовой ответственности кандидатов на выборах всех уровней, как

отмена в судебном порядке регистрации кандидата (списка кандидатов), после чего данные о таком кандидате (списке кандидатов) подлежат исключению из избирательных бюллетеней.