Содержание:

[1. Общие понятия 2](#_Toc243934912)

[2. Основные функции фирменного наименования 5](#_Toc243934913)

[3. Содержание фирменного наименования 6](#_Toc243934914)

[4. Соотношение прав на фирменное наименование с правами на коммерческое обозначение, товарные знаки и знаки обслуживания 12](#_Toc243934915)

[Список литературы 18](#_Toc243934916)

# Общие понятия

Среди объектов промышленной собственности, которые могут быть отнесены к коммерческим обозначениям, особое место занимают фирменные наименования - обозначения, под которыми предприятие осуществляет свою коммерческую деятельность, совершает кредитно-финансовые операции, реализует права и несет обязанности, в частности, выступает в суде. Фирменные наименования,которые покрывают все области интересов предприятия (производимые товары, услуги и т. д.) и характеризуют репутацию и положение фирмы в целом**,** очень близки к товарным знакам. Фирменное наименование организации наряду с товарным знаком, знаком обслуживания служит средством индивидуализации юридического лица[[1]](#footnote-1). Известный специалист по промышленной собственности, бывший Генеральный директор ВОИС Г. Боденхаузен, определяет фирменное наименование самым общим образом, как имя или обозначение, позволяющее идентифицировать предприятие определенного физического или юридического лица[[2]](#footnote-2).

В Российской Федерации до недавнего времени не было специального законодательства, регулирующего отношения, связанные с фирменными наименованиями. Эти вопросы решались отдельными положениями ряда законов и международных соглашений, участниками которых является РФ.

22.06.1927 г. постановлением ЦИК и СНК СССР было введено в действие «Положение о фирме», в п. 8 которого указано, что право на фирму состоит в праве исключительного пользования фирменным наименованием в сделках, на вывесках, в объявлениях, рекламах, на бланках, счетах, товарах предприятия, их упаковке и т.п. Согласно этому документу право на фирму рассматривалось как не отчуждаемое отдельно от предприятия, не подлежащее особой регистрации (независимо от регистрации самого предприятия) и служащее целям индивидуализации хозяйствующего субъекта в гражданском обороте.

Пункт 9 указанного Положения о фирме специально оговаривал обязанность каждого заведения предприятия, открытого для доступа публики (магазин, контора и т.п.), иметь на видном месте надпись с обозначением полного фирменного наименования. В остальных случаях допускалось пользование как полным, так и сокращенным фирменным наименованием[[3]](#footnote-3).

Затем о Фирменном наименовании «вспомнили» лишь в ст. 149 Основ гражданского законодательства Союза ССР и республик, утвержденных ВС СССР 31.05.1991 № 2211-1. В трактовке ст. 149 данного документа фирменное наименование являлось неотделимым атрибутом любого юридического лица, прошедшего государственную регистрацию, независимо от организационно-правовой формы.

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

- обязательность государственной регистрации путем включения в Государственный реестр юридических лиц;

- исключительность права на его использование;

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

- право на возмещение убытков.

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, могли успешно сосуществовать несколько ООО «Альфа», ООО «Гамма» и т.п. Особым успехом пользовались созвучные наименования (или части наименований) крупных западных фирм-производителей[[4]](#footnote-4).

20 сентября 2006 г. Государственная Дума РФ приняла в первом чтении законопроект «О введении в действие части четвертой Гражданского Кодекса РФ». Этот нормативно-правовой акт вступил в действие с 01 января 2008 г.

В главе 76 ГК РФ содержатся нормы, посвященные регулированию вопросов права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий. Такой подход законодателя является сравнительно новым, и до сего момента российское законодательство еще не зналоправовой регламентации прав на средства индивидуализации юридических лиц. В то же время необходимо упомянуть и Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 (ред. от 11.12.2002, с изм. от 24.12.2002) «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»[[5]](#footnote-5).

Праву на фирменное наименование посвящен §1 главы 76 ГК РФ.

В соответствии с п. п. 1, 2 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[[6]](#footnote-6). 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. Таким образом в регистрации такого фирменного наименования, как например ООО «Капитальное строительство» будет отказано.

К сожалению, пока еще в отличие от четко установленного законом порядка регистрации товарного знака, в России нет единого порядка и места регистрации юридических лиц и, как следствие, нет регистрации и правовой защиты фирменных наименований. Подготовка соответствующего законопроекта позволит, по всей видимости, упорядочить эту сторону правовых отношений, исключить существование нескольких предприятий или организаций с одним и тем же названием[[7]](#footnote-7).

# Основные функции фирменного наименования

Основные функции фирменного наименования как объекта промышленной собственности можно выделить следующие. Прежде всего, фирменное наименование именует предприятие и является для него «именем собственным, информирует потребителя о статусе предприятия, его происхождении, сфере деятельности. Важной функцией фирменного наименования является выделение предприятия из числа себе подобных. Фирменное наименование индивидуализирует предприятие и, таким образом, может служить гарантией качества его продукции и услуг.

Фирменное наименование является мощным рекламным средством предприятия, так как потребитель связывает фирменное наименование прежде всего с его деятельностью или товарами.

Как уже приводилось выше, в РФ право на фирменное наименование возникает с момента его государственной регистрации в установленном порядке. При этом фирменное наименование предприятия заносится в Государственный реестр, фиксируется в уставных документах и воспроизводится на печатях предприятия.

Субъектами права на фирменное наименование являются юридические лица,занимающиеся предпринимательской деятельностью в установленном законом порядке. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Юридическое лицо, предпринимательская деятельность которого зарегистрирована должным образам, обладает исключительными правами на свое фирменное наименование. Право на фирменное наименование не ограничено временем действия, оно в принципе бессрочно и прекращается вместе с ликвидацией именуемого им предприятия. Территориально фирменное наименование действует в пределах государства, в котором зарегистрировано предприятие, если иное не предусмотрено международными соглашениями.

Право на фирменное наименование ограничено по предмету и распространяется только на уставную деятельность предприятия.

Право на фирменное наименование неотчуждаемо от предприятия. Право на фирменное наименование может быть передано только вместе с предприятием - носителем права. При передаче предприятия другому собственнику фирменное наименование может быть отдельно оценено и продано вместе с предприятием либо безоговорочно, либо с оговоркой о его прекращении через определенное время.

# Содержание фирменного наименования

Практически любое обозначение может быть выбрано предпринимателем в качестве фирменного наименования. Он может использовать в этих целях и свое имя. При этом законодательство устанавливает определенные требования к обозначению, используемому в качестве фирменного наименования. Условно фирменное наименование можно разделить на две составные части - обязательную и произвольную, отличительную (корпус фирмы). Организации должны иметь полное и могут иметь сокращенное фирменное наименование. Наименование состоит из двух частей - непосредственно наименование и указание на организационно-правовую форму юридического лица.

Фирменное наименование регистрируется в момент регистрации самого юридического лица, в учредительных документах которого оно указано. Порядок регистрации регулируется ГК РФ, Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (с изм. и доп.) и другими нормативными правовыми актами. Российским законодательством регламентируется содержание обязательной части наименования. В соответствии с п.1 ст. 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму[[8]](#footnote-8). Фирменное наименование полного товарищества должно включать либо имена (наименования) всех его участников и слова «полное товарищество», либо имя (наименование) одного или нескольких участников с добавлением слов «и компания» и слова «полное товарищество» (п. 3 ст. 69 ГК РФ). Фирменное наименование «товарищества на вере» (п. 4 ст. 82 ГК РФ) обязано содержать либо имена (наименования) всех полных товарищей и слова «товарищество на вере» или «коммандитное товарищество», либо имя (наименование) не менее чем одного полного товарища с добавлением слов «компания» и слова «товарищество на вере» или «коммандитное товарищество». Если в фирменное наименование товарищества на вере включено имя вкладчика, такой вкладчик становится полным товарищем. Полное фирменное наименование общества с ограниченной ответственностью должно содержать слова «общество с ограниченной ответственностью», а сокращенное может содержать аббревиатуру «ООО». Данное правило распространяется на все юридические лица. Фирменное наименование общества с дополнительной ответственностью - слова «с дополнительной ответственностью» (п. 2 ст.87, п. 2 ст. 95 ГК РФ). Фирменное наименование акционерного общества, кроме его наименования, должно включать и указание на то, что общество является акционерным (п. 2 ст. 96 ГК РФ). Фирменное наименование кооператива состоит из его наименования и слова «производственный кооператив» или «артель», а фирменное наименование унитарного предприятия - указания на собственника его имущества. Если унитарное предприятие основано на праве оперативного управления, то оно включает указание на то, что предприятие является казенным (п. 3 ст. 113, п. 3 ст. 115 ГК РФ). Наименование потребительского кооператива обязано содержать указание на основную цель его деятельности, а также слово «кооператив», или слова «потребительский союз», или слова «потребительское общество» (п. 3 ст. 116 ГК РФ).

В соответствии с п. 3 ст. 1473 ГК РФ 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.

Фирменное наименование юридического лица на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или соответственно в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму юридического лица[[9]](#footnote-9).

В отношении кредитных организаций предусмотрены дополнительные ограничения: их фирменное наименование должно содержать указание на характер ее деятельности 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[[10]](#footnote-10).

Очевидно, что фирма не может называться, например, «Корпорация РОС-BRI OIL» LTD. Чтобы это название соответствовало закону, оно должно выглядеть примерно так: ЗАО «Корпорация РОС-БРИ ОЙЛ ЛТД».

**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;

- полные или сокращенные наименования международных и межправительственных организаций;

- полные или сокращенные наименования общественных объединений;

- 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.

При этом 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. В случае отзыва разрешения на включение в фирменное наименование акционерного общества официального наименования Российской Федерации, а также слов, производных от этого наименования, акционерное общество обязано в течение трех месяцев внести соответствующие изменения в свой устав.

Все организации, чьи фирменные наименования (согласно Единому государственному реестру юридических лиц) не соответствовали ГК РФ, обязаны были с 1 января 2008 г. при первом же изменении учредительных документов поменять также и свое название: привести его в соответствие с новыми нормами. Это прямо указано в ст. 14 Вводного закона[[11]](#footnote-11). Вводным законом внесены также соответствующие изменения в части фирменных наименований в Законы об акционерных обществах и об обществах с ограниченной ответственностью, в Закон о государственных предприятиях и Закон о банковской деятельности.

Также стоит обратить внимание на предусмотренное ГК ограничение на включение в фирменное наименование полных или сокращенных наименований международных и межправительственных организаций. Предполагается, что такой запрет делает невозможным использование в фирменном наименовании обозначения «СНГ». Несмотря на то, что статус СНГ является достаточно спорным с точки зрения международного публичного права, большинство доктринальных позиций сводится к тому, что это международная организация. В этой связи в соответствии с требованиями ГК обозначение «СНГ» не следует включать в фирменное наименование коммерческих организаций.

Главной новеллой ГК РФ в части фирменных наименований остается вновь установленный порядок осуществления исключительного права на него. Юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право на его использование.

Но, несмотря на то, что, в соответствии со ст. 1475 ГК РФ, юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации 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, представляется, что предоставляемый правовой режим не соответствует правовой природе фирменного наименования. По мнению Мерзликиной Р.А «право на фирменное наименование, должно относиться к нематериальным, вернее, к неимущественным благам, на которые в силу закона приобретаются личные неимущественные права. Личные неимущественные права неотчуждаемы. Нашу точку зрения, можно обосновать тем правилом, которое устанавливает законодатель. В частности, в соответствии с п. 2 ст. 1475 ГК РФ, распоряжение исключительным правом на фирменное наименование (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования) не допускается. Это означает, что право на фирменное наименование не может носить имущественный характер, то есть не может быть исключительным в том понимании, которое вкладывает законодатель в понятие «исключительное право» в гл. 69 ГК РФ. Эта точка зрения требует обсуждения»[[12]](#footnote-12).

Исключительное право на фирменное наименование ограничивается только двумя правомочиями: правом владения (п. 1 ст. 1473 ГК РФ) и 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, в том числе в рамках договора франчайзинга.

Как уже было сказано, коммерческое юридическое лицо по требованию закона обязано иметь фирменное наименование. Выбирается оно самостоятельно юридическим лицом, но не допускается использование фирменного наименования другого юридического лица.

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).

# Соотношение прав на фирменное наименование с правами на коммерческое обозначение, товарные знаки и знаки обслуживания

По ГК РФ фирменное наименование и право на коммерческое обозначение, несмотря на очевидные сходства, имеют особенности в их правовом регулировании.

Согласно п. 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.

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 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 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 ГК не указан момент возникновения прав на коммерческое обозначение. Таковым является, 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 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.

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 объекта 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 (ГК прим. Автора), определения момента возникновения исключительных прав на коммерческое обозначение, вряд ли в полной мере обеспечивают защиту правообладателя[[13]](#footnote-13).

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. 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);

в случае ликвидации предприятия (в отсутствие 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. 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»[[14]](#footnote-14). 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.

**Список литературы**

Бромберг Г. В. Интеллектуальная собственность. Основной курс (учебное пособие). - М.: А-Приор, 2009. – 336с.

1. Горленко С.А., Григорьева Т.В., Сулимова К.Б. Управление интеллектуальной собственностью. – М.: «Европейский центр по качеству», 2002. – 272с.

Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая, третья, четвертая). – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2008. – 528с.

1. Гражданский кодекс РФ Часть четвертая (в ред. Федеральных законов от 01.12.2007 № 318-ФЗ, от 30.06.2008 № 104-ФЗ, от 08.11.2008 № 201-ФЗ) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Кайль А.Н. Комментарий к части IV ГК РФ. Правовая охрана интеллектуальной собственности / А.Кайль. – М., ГроссМедиа: РОСБУХ, 2007. – 192с.
3. Козлова М.Н. Гражданское право России: Краткий курс. – М.: Эксмо, 2008. – 336с.
4. Мерзликина, Р. А. Право интеллектуальной собственности: учебник / Р. Л. Мерзликина. - М.: Финансы и статистика; Ставрополь: Сервисшкола, 2008. – 528с.
5. Петров Д.А. К вопросу о правовом режиме вывески как средстве индивидуализации кредитной организации [Электронный ресурс] // Юридическая работа в кредитной организации, 2007, № 1 Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

Чистякова Л. Наименования компаний: проблемы и пути решения [Электронный ресурс] // Новая бухгалтерия, 2008, № 4 Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

Уруков В.Н. Соотношение права на фирменное наименование и права на коммерческое обозначение [Электронный ресурс] // Право и экономика, 2007, № 11 Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. № 231-ФЗ «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

1. Козлова М.Н. Гражданское право России: Краткий курс. - М.: Эксмо, 2008. С. 326-327. [↑](#footnote-ref-1)
2. Горленко С.А., Григорьева Т.В., Сулимова К.Б. Управление интеллектуальной собственностью. – М.: «Европейский центр по качеству», 2002. С. 86. [↑](#footnote-ref-2)
3. Петров Д.А. К вопросу о правовом режиме вывески как средстве индивидуализации кредитной организации [Электронный ресурс] // Юридическая работа в кредитной организации, 2007, № 1 Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-3)
4. Чистякова Л. Наименования компаний: проблемы и пути решения [Электронный ресурс] // Новая бухгалтерия, 2008, № 4 Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-4)
5. Кайль А.Н. Комментарий к части IV ГК РФ. Правовая охрана интеллектуальной собственности / А.Кайль. – М., ГроссМедиа: РОСБУХ, 2007. С. 149. [↑](#footnote-ref-5)
6. Гражданский кодекс РФ Часть четвертая (в ред. Федеральных законов от 01.12.2007 № 318-ФЗ, от 30.06.2008 № 104-ФЗ, от 08.11.2008 № 201-ФЗ) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-6)
7. Бромберг Г.В. Интеллектуальная собственность. Основной курс (учебное пособие).- М.: А-Приор, 2009. С. 25-26. [↑](#footnote-ref-7)
8. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая, третья, четвертая). – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2008. С. 91. [↑](#footnote-ref-8)
9. Гражданский кодекс РФ Часть четвертая (в ред. Федеральных законов от 01.12.2007 № 318-ФЗ, от 30.06.2008 № 104-ФЗ, от 08.11.2008 № 201-ФЗ) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-9)
10. Чистякова Л. Наименования компаний: проблемы и пути решения [Электронный ресурс] // Новая бухгалтерия, 2008, № 4 Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-10)
11. Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. № 231-ФЗ «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-11)
12. Мерзликина, Р. А. Право интеллектуальной собственности: учебник / Р. Л. Мерзликина. - М.: Финансы и статистика; Ставрополь: Сервисшкола, 2008. С. 519. [↑](#footnote-ref-12)
13. Уруков В.Н. Соотношение права на фирменное наименование и права на коммерческое обозначение [Электронный ресурс] // Право и экономика, 2007, № 11 Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-13)
14. Гражданский кодекс РФ Часть четвертая (в ред. Федеральных законов от 01.12.2007 № 318-ФЗ, от 30.06.2008 № 104-ФЗ, от 08.11.2008 № 201-ФЗ) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-14)