

УДК 347.774

Громов Александр Александрович,
студент 2 курса магистратуры, юридического факультета
Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Московского государственного областного
педагогического университета»
Научный руководитель: Савина Виктория Сергеевна,
доктор юридических наук, профессор кафедры гражданского права
ФГБОУ ВО «Государственный университет просвещения»

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПРАВОВОГО ИНСТИТУТА ФИРМЕННОГО НАИМЕНОВАНИЯ В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

***Аннотация:** В настоящей статье рассматривается история появления и развития правового регулирования отношений связанных с осуществлением исключительных прав на фирменные наименования в российском законодательстве для выявления тенденций развития соответствующего правового института.*

***Ключевые слова:** интеллектуальная собственность, средства индивидуализации, фирменное наименование, правовое регулирование, история правового регулирования.*

THE HISTORY OF THE DEVELOPMENT OF THE LEGAL INSTITUTION OF A FIRM NAME IN RUSSIAN LEGISLATION

***Abstract:** In this article examines the history of the emergence and development of legal regulation of relations related to the exercise of exclusive rights to brand names in Russian legislation to identify trends in the development of*

the relevant legal institution.

Keywords: *intellectual property, means of individualization, brand name, legal regulation, history of legal regulation.*

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что фирменное наименование является наиболее распространенным средством индивидуализации, по умолчанию имеющимся у каждого коммерческого юридического лица, а изучение истории этого явления позволяет выявить тенденции развития законодательства в области.

Перед непосредственным изучением современного правового регулирования средств индивидуализации следует ознакомиться с историей развития законодательства в этой области в России. Наиболее удобным представляется разделение истории развития законодательства в указанной области на следующие периоды: дореволюционное законодательство (XVII в. – 1917 г.), советское законодательство (1918 – 1991 гг.) и законодательство Российской Федерации (с 1991 г.).

Следует отметить, что на начальном этапе становления института средств индивидуализации четкое разделение таких средств по объекту индивидуализации отсутствовало, все средства индивидуализации воспринимались как средства индивидуализации субъекта предпринимательской деятельности. Поэтому следует также рассмотреть историю и иных средств индивидуализации.

Фирменные наименования, также, как и товарные знаки являются одними из первых, наиболее привычных и простых в понимании средств индивидуализации. Однако в законодательстве дореволюционной России отсутствовали общие положения, которые могли бы регулировать общественные отношения, складывающиеся по поводу создания и использования такого вида средств индивидуализации.

По свидетельству П.П. Цитовича, большинство кодексов дают постановления о фирме в неразрывной связи с товариществами. Фирма главным образом употребляется как подпись, как заголовок разных бланков, как клеймо на товарах[1]. Тем не менее, специальные нормы той же направленности в указанный период в законодательстве Российской Империи были, например, ст. 31, 60, 532, 633, 756, 766. 768, 772, 1529, 2172, 2220 Устава торгового[2], ст. 220, 221 Устава гражданского судопроизводства, ст. 2148 Законов гражданских (ч. 1 т. X Свода законов Российской империи[3]), ст. 64, 157 Устава фабричного[4].

Отдельные положения о фирме содержались также в Законе «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)» 1896 г.[5]. Так, в 6 статье данного акта закреплялись требования к фирменному наименованию: заявляемые товарные знаки должны содержать в себе обозначение на русском языке имени и отчества владельца торгового или промышленного предприятия (или его инициалы), а также его фамилии или наименования фирмы и местонахождения предприятия.

Далее следует перейти к рассмотрению истории возникновения и развития законодательства о фирменных наименованиях в советский период. В связи с событиями 1917 появилась необходимость полностью обновить законодательство страны, в том числе и в сфере правового регулирования фирменного наименования. Однако в первые годы советской власти вопрос правового регулирования фирменного наименования явно не был первостепенным, поэтому отечественное законодательство не знало общих правил о фирменном наименовании. Отдельные положения о фирме содержались в ст. 3 декрета СНК РСФСР от 10 ноября 1922 г. «О товарных

¹ Цитович П.П. Очерк основных понятий торгового права. М., 2001. С. 96.

² Цитович П.П. Очерк основных понятий торгового права. М., 2001. С. 96.

³ Розенберг В.В. Фирма: Догматический очерк. СПб. 1914. С. 6.

⁴ Цитович П.П. Очерк основных понятий торгового права. М., 2001. С. 96.

⁵ Рожкова М.А. О допустимости использования терминов «Торговая марка», «Сервисный знак» и «Производственная марка» Журнал российского права 2015 г. № 4.

знаках»⁶, согласно которым товарный знак должен содержать обозначение фирмы предприятия. Уголовный кодекс РСФСР 1922 г. (ст. 199[7]) признавал самовольное пользование чужой фирмой уголовно наказуемым деянием. В Гражданском кодексе РСФСР 1922 г. (ст. 295, 314, 322, 324[8]) содержались частные упоминания о фирме государственных предприятий, акционерных обществ и товариществ. Так, согласно ст. 295 ГК РСФСР фирма товарищества должна содержать указание фамилий участников и устанавливаться в договоре товарищества.

Первый в истории российского права акт, полностью посвященный правовому регулированию фирменных наименований – Положение о фирме, утвержденное Постановлением ЦИК и СНК СССР от 22 июня 1927 года[9].

Положение о фирме[10] определило структуру фирмы применительно к отдельным видам субъектов (юридических лиц различных организационно-правовых форм, единоличных предпринимателей), основания возникновения, прекращения права на фирму.

В первых статьях данного акта (1-4), содержатся требования к различным видам предприятий, общим требованием является указание в фирменном наименовании предмета деятельности и вида кооперативной организации предприятия или товарищества. Для кооперативных организаций, являющихся союзами кооперативов, также необходимо было указать степень объединения (губернский, областной, районный и т.п. союз[11]).

⁶ Постановление СНК РСФСР от 10.11.1922 «О товарных знаках» // СУ РСФСР, 1922, № 75, ст. 939.

⁷ Ст. 199. Постановление ВЦИК от 01.06.1922 «О введении в действие Уголовного Кодекса Р.С.Ф.С.Р.» (вместе с «Уголовным Кодексом Р.С.Ф.С.Р.») // СУ РСФСР, 1922, № 15, ст. 153.

⁸ Ст.ст. 295, 314, 322, 324. Постановление ВЦИК от 11.11.1922 (с изм. от 02.02.1923) «О введении в действие Гражданского кодекса Р.С.Ф.С.Р.» (вместе с «Гражданским кодексом Р.С.Ф.С.Р.») // СУ РСФСР, 1922, № 71, ст. 904.

⁹ Постановление ЦИК СССР, СНК СССР от 22.06.1927 (ред. от 17.08.1927) «О введении в действие Положения о фирме» // Собрание законов и распоряжений Рабоче – Крестьянского Правительства СССР, 1927, № 40, ст. 394, 395.

¹⁰ Там же.

¹¹ Там же. Ст.ст 1 - 4.

Для государственных предприятий требовалось указание на подчинение соответствующему ведомству. Для товариществ 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[12]). Для единоличного предприятия закон, требует указания имени и фамилии владельца, но в отличие от западных законодательств закон требует к этому добавления и предмета предприятия.

В ст. 6 выражается принцип исключительности, наименование должно позволять отличать однородные предприятия (оригинальное наименование или номер[13]). Соответственно положение содержит и принцип истинности фирмы, воспрещая помещение в фирме указаний, способных ввести в заблуждение.

В соответствии со ст. 11 того же акта, всякий, кто на основании указанного постановления обладает правом на фирму, может требовать в судебном порядке прекращения пользования тождественной или сходной фирмой со стороны других лиц, а равно возмещения убытков[14].

По Положению 1927 года[15] 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. В последующие годы подобных актов принято не было.

В 1964 году был принят Гражданский кодекс РСФСР[16]. В ст. 29 данного акта устанавливалось, что юридическое лицо имеет свое наименование, а права и обязанности хозяйственных организаций, связанные

¹² Там же. Ст.ст. 4, 5.

¹³ Ст. 6. Постановление ЦИК СССР, СНК СССР от 22.06.1927 (ред. от 17.08.1927) О введении в действие Положения о фирме // Собрание законов и распоряжений Рабоче – Крестьянского Правительства СССР, 1927, № 40, ст. 394, 395.

¹⁴ Там же. Ст. 11.

¹⁵ Там же. Ст. 10.

¹⁶ Гражданский кодекс РСФСР (утв. ВС РСФСР 11.06.1964) // Ведомости ВС РСФСР, 1964, № 24, ст. 407.

с фирменными наименованиями, определяются законодательством СССР, состоявшим из рассмотренного выше Положения о фирме.

Нельзя не отметить скупость законодателя на последующих этапах развития законодательства о средствах индивидуализации в советский период. Так, ни Основы гражданского законодательства СССР и союзных республик от 8 декабря 1961 г.[17], ни Положение о социалистическом государственном производственном предприятии, утвержденное Постановлением Совета Министров СССР от 4 октября 1965 г.[18], не содержали развернутых правил о фирменном наименовании. В более поздних союзных актах кроме кратких упоминаний о необходимости включения в устав предприятия названия последнего также отсутствовали специальные нормы о фирме.

В настоящее время правам на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий посвящена гл. 76 части четвертой ГК РФ[19].

В настоящей статье были рассмотрены положения российского законодательства, регулирующие общественные отношения, складывающиеся по поводу использования субъектами предпринимательской деятельности прав на средства индивидуализации. На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы.

Регулированию общественных отношений, складывающихся по поводу создания и использования средств индивидуализации в целом, а также каждого вида средств индивидуализации в частности, посвящена отдельная структурная часть ГК РФ, а именно глава 76[20], что позволяет говорить о праве как на средства индивидуализации в целом, так и правах на фирменные

¹⁷ Закон СССР от 08.12.1961 «Об утверждении Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик» // Ведомости ВС СССР, 1961, № 50, ст. 525.

¹⁸ Постановление Совмина СССР от 04.10.1965 № 731 (с изм. от 10.11.1987) «Об утверждении Положения о социалистическом государственном производственном предприятии» // СП СССР, 1965, № 19 - 20, ст. 155; 1981, № 2, ст. 3.

¹⁹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 30.12.2020) // Российская газета, № 289, 22.12.2006.

²⁰ Там же.

наименования, товарные знаки, географические указания, НМПТ и коммерческие обозначения, как о правовом институте гражданского права.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 07.10.2022) // Российская газета, № 289, 22.12.2006.
2. Постановление Совмина СССР от 04.10.1965 № 731 (с изм. от 10.11.1987) «Об утверждении Положения о социалистическом государственном производственном предприятии» // СП СССР, 1965, № 19 - 20, ст. 155; 1981, № 2, ст. 3.
3. Гражданский кодекс РСФСР (утв. ВС РСФСР 11.06.1964) // Ведомости ВС РСФСР, 1964, № 24, ст. 407.
4. Закон СССР от 08.12.1961 «Об утверждении Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик» // Ведомости ВС СССР, 1961, № 50, ст. 525.
5. Постановление ЦИК СССР, СНК СССР от 22.06.1927 (ред. от 17.08.1927) О введении в действие Положения о фирме // Собрание законов и распоряжений Рабоче – Крестьянского Правительства СССР, 1927, № 40, ст. 394, 395.
6. Постановление ВЦИК от 11.11.1922 (с изм. от 02.02.1923) «О введении в действие Гражданского кодекса Р.С.Ф.С.Р.» (вместе с «Гражданским кодексом Р.С.Ф.С.Р.»)// СУ РСФСР, 1922, № 71, ст. 904.
7. Постановление ВЦИК от 01.06.1922 «О введении в действие Уголовного Кодекса Р.С.Ф.С.Р.» (вместе с «Уголовным Кодексом Р.С.Ф.С.Р.») // СУ РСФСР, 1922, № 15, ст. 153.

8. Рожкова М.А. О допустимости использования терминов «Торговая марка», «Сервисный знак» и «Производственная марка» Журнал российского права 2015 г. № 4.
9. Розенберг В.В. Фирма. Догматический очерк. СПб.: 1914. - 189 с.
10. Цитович П.П. Очерк основных понятий торгового права. М., 2001. С. 96.