

6 Ob ohrane okružhajushhej sredy: Federal'nyj zakon ot 10.01.2002g. № 7-FZ // Sobranie zakonodatel'stva RF. – 2002. – N 2. – St. 133.

7. Ob obrashhenii s tverdymi kommunal'nymi othodami i vnesenii izmenenija v postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 25 avgusta 2008 g. N 641: Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 12.11.2016g. № 1156 (vmeste s «Pravilami obrashhenijami s tverdymi kommunal'nymi othodami») // Sobranie zakonodatel'stva RF. – 2016. – N 47. – St. 6640.

8. O predostavlenii kommunal'nyh uslug sobstvennikam i pol'zovateljam pomeshhenij v mnogokvartirnyh domah i zhilyh domov: Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 06.05.2011g. № 354 (vmeste s «Pravilami predostavlenija kommunal'nyh uslug sobstvennikam i pol'zovateljam pomeshhenij v mnogokvartirnyh domah i zhilyh domov») // Sobranie zakonodatel'stva RF. – 2011. – N 22. – St. 3168.

9. O minimal'nom perechne uslug i rabot, neobhodimyh dlja obespechenija nadležashhego soderžanija obshhego imushhestva v mnogokvartirnom dome, i porjadke ih okazanija i vypolnenija: Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 03.04.2013g.

№ 290 (vmeste s «Pravilami okazanija uslug i vypolnenija rabot, neobhodimyh dlja

obespechenija nadležashhego soderžanija obshhego imushhestva v mnogokvartirnom dome») // Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii. – URL: [http:// www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

10. Ob utverzhdenii Pravil bytovogo obsluzhivanija naselenija v Rossijskoj Federacii: Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 15.08.1997g. №1025 // Sobranie zakonodatel'stva RF. – 1997. – N 34. – St. 3979.

11. Ob utverzhdenii Porjadka opredelenija platy i ee predel'nyh razmerov za zagraznenie okružhajushhej prirodnoj sredy, razmeshhenie othodov, drugie vidy vrednogo vozdejstvija: Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 28.08.1992g. № 632 // Sobranie aktov Prezidenta i Pravitel'stva RF. – 1992. – N 10. – St. 726.

12. Opredelenie Verhovnogo Suda RF ot 26.08.2015g. № 309-JeS15-2565 po delu N A07-2441/2014. – Dostup iz sprav.-pravovoj sistemy «Konsul'tant-Pljus».

13. Opredelenie Vysshego Arbitražnogo Suda RF ot 09.02.2011g. N VAS-661/11 po delu N A21-12603/2009. – Dostup iz sprav.-pravovoj sistemy «Konsul'tantPljus».

14. Barinov N.A. Uslugi (social'no-pravovoj aspekt): monografija. – Saratov, 2001. – S. 17.

УДК 347.774

Е.А. Шергунова, канд. юрид. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет» (Курск) (e-mail: sherea@rambler.ru)

О.Н. Силакова, канд. юрид. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет» (Курск) (e-mail: sherea@rambler.ru)

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ФИРМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

Данная статья затрагивает основные проблемы определения фирменного наименования юридического лица как одного из средств индивидуализации юридических лиц. Авторы выделяют определенные критерии фирменного наименования, его структурные элементы и особенности охраны и защиты данного средства индивидуализации юридических лиц.

Целью данного научного исследования был комплексный анализ основных проблем регистрации фирменного наименования в России.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: установить четкое понятие «фирменного наименования», определить основные критерии присвоения фирменного наименования, выделить основные требования, предъявляемые законодателем к фирменному наименованию.

В процессе исследования использовались системный синтез и системный анализ. Кроме того, автор прибегнул к сравнительно-правовому, формально-логическому и иным методам изучения института «фирменного наименования юридического лица».

Новизна работы заключается в том, что автор один из первых в российской юридической науке осуществил попытку комплексного исследования и анализа проблем определения основных требований, предъявляемых законодателем к «фирменному наименованию». В ходе проведения данной научной работы были выявлены некоторые решения проблем определения сущности и особенностей «фирменного наименования» в России.

Результаты работы могут быть заимствованы в дальнейшей научно-исследовательской деятельности при изучении индивидуализации юридических лиц. Кроме того, основные выводы научного исследования могут применяться в практической деятельности при осуществлении механизма регистрации «фирменного наименования» и защиты деловой репутации юридического лица. Область применения: законотворческая, правотворческая, правоприменительная и практическая деятельность.

Общественно-социальная значимость работы проявляется в том, что, раскрывая тему исследования, автор решает ряд общественных и социально-значимых задач по устранению пробелов действующего законодательства, выявления проблем современного российского права и определения путей их решения.

Так, регистрация «фирменного наименования юридического лица» позволяет обеспечить ему дополнительную защиту от различных посягательств на деловую репутацию юридического лица, что в конечном счете приводит к экономической стабильности организации и общественному признанию.

Ключевые слова: фирменное наименование, юридическое лицо, организация, средства индивидуализации.

К специфическим средствам индивидуализации юридических лиц законодатель относит фирменное наименование. Фирменное наименование прежде всего необходимо для выделения конкретного юридического лица среди огромного множества участников гражданского оборота. Как имя и фамилия индивидуализируют физических лиц, так и фирменное наименование индивидуализирует юридическое лицо.

Поэтому фирменное наименование – это особое название организации, под которым данное юридическое лицо выступает в гражданском обороте и которое обособляет его среди иных участников гражданских правоотношений.

Фирменным наименованием может обладать исключительно только юридическое лицо. Причем моментом возникновения данного исключительного права является непосредственная регистрация юридического лица в налоговых органах. Фирменное наименование обязательно должно включать в себя указание на ор-

ганизационно-правовую форму юридического лица и непосредственно собственное название.

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.

Важно иметь в виду, что для возникновения прав на фирменное наименование не требуется какой-либо особой регистрации. Право на фирменное наименование возникает с момента государственной регистрации организации в соответствии с Федеральным Законом от 8 августа 2001 года «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». В учредительных документах юридического лица, заявлении о государственной регистрации юридического лица должно быть

указано его наименование (полное и сокращенное) [5].

Следует отметить, что к фирменному наименованию законодатель предъявляет ряд требований. Прежде всего, наименование юридического лица должно достоверно отображать правовой статус организации, т.е. должно содержать указания на организационно-правовую форму юридического лица, в необходимых случаях на его тип, профиль деятельности, наименование собственника. Указание на организационно-правовую форму юридического лица позволяет иным участникам оборота получить информацию об основных признаках организации – является ли она коммерческой или некоммерческой, как строится её ответственность и т.д.

Закон об отдельных видах юридических лиц, включая и нормы ГК РФ, требуют включения дополнительных сведений в наименования юридических лиц соответствующего вида. Так, например: во-первых, фирменное наименование полного товарищества должно содержать либо наименования всех его участников и слова «полное товарищество», либо наименование одного или нескольких участников с добавлением слов «компания» и слова «полное товарищество» (п. 3 ст. 69 ГК РФ).

Во-вторых, фирменное наименование общества с ограниченной ответственностью должно содержать наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью» (п. 2 ст. 87 ГК РФ). Также фирменное наименование акционерного общества должно содержать его наименование и указание на то, что общество является акционерным (п. 2 ст. 96 ГК РФ).

Следует сказать, что фирменное наименование должно обладать специфическими отличительными признаками, которые не допускали бы существования нескольких одинаковых фирм, т.е. на-

именование должно быть новым, оригинальным и отличаться от уже используемых названий.

По общему правилу фирменное наименование остаётся постоянным, в течение всего срока существования юридического лица. Самостоятельное изменение фирменного наименования не допускается [8].

Особо хочется подчеркнуть, что субъектами прав на фирменное наименование могут выступать только юридические лица. Не могут быть самостоятельными субъектами прав на фирменное наименование отдельные органы юридических лиц, либо же иные структурные элементы. Так, например, филиалы, представительства могут присваивать себе фирменные наименования только в случае выделения их в самостоятельные организации.

Требования, предъявляемые к фирменному наименованию, определяют дальнейшую структуру данной организации. Модель указанной структуры была разработана В.В. Розенбергом в 1914 г. и до сегодняшнего дня не претерпела каких-либо существенных изменений. В структуре фирменного наименования принято выделять две части: основную и необходимую. Основная часть именуется корпусом организации, а необходимая – добавлениями.

В доктрине встречаются различные точки зрения на состав и наименование этих частей. Так, сам В.В. Розенберг полагал, что содержанием корпуса юридического лица является указание на собственника организации, а эти прочие отношения находят свое отражение в добавлениях к корпусу юридического лица. К числу подобных отношений организации относятся: во-первых, правовая форма владения торгово-промышленным предприятием (единоличное, полное товари-

щество, коммандитиста, акционерное общество); во-вторых, указания, разграничивающие собственника от самого юридического лица (например «преемник», «компаньоны», «братья», обозначение предмета организации и т.п.); в-третьих, рекламные приставки («центральный», «единственный», «первый» и т.п.).

А.П. Сергеев утверждает, что корпус юридического лица содержит указание на организационно-правовую форму организации, его тип и сферу деятельности, а в некоторых случаях и на другие его характеристики. К корпусу юридического лица добавляется вспомогательная часть, элементы которой подразделяются на обязательные и факультативные. Обязательными элементами являются: специфическое наименование организации, его номер или иное обозначение, необходимое для отличия одних юридических лиц от других. Так, унитарное предприятие должно содержать указание на: предмет его коммерческой деятельности; тот государственный орган, в непосредственном ведении которого оно находится; вид предприятия (государственное, муниципальное или казенное).

Право на фирменное наименование сохраняется на всей территории Российской Федерации, а также согласно ст. 8 Парижской конвенции по охране промышленной собственности фирменное наименование охраняется во всех странах-участницах без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо от того, является ли оно частью товарного знака. Основным условием конвенционной охраны является предоставление охраны фирменного наименования в одной из стран – участниц Конвенции, причем форма такой охраны не имеет значения. Иностранец-обладатель прав на фирменное наименование может полу-

чить охрану такого наименования в РФ даже при отсутствии его регистрации.

Таким образом, рассматриваемое право имеет экстерриториальную сферу охраны, выходящую за рамки национальных границ.

Фирменное наименование не должно содержать обозначений, способных ввести в заблуждение. Так, если изменено название населенного пункта, включенного в фирменное наименование, то и в фирменное наименование юридического лица должны быть внесены соответствующие изменения [6].

Некоторые термины и словосочетания могут включаться в состав фирменных наименований только при соблюдении определенных условий. Постановлением Правительства РФ от 3 февраля 2010 года «Об утверждении Правил включения в фирменное наименование юридического лица официального наименования «Российская Федерация» или «Россия», а также слов, производных от этого наименования», указанные наименования, а также слово «федеральный» и образованные на их основе слова и словосочетания используются в названиях организаций (кроме политических партий, профсоюзов, религиозных объединений и общероссийских общественных объединений) на основе актов Президента РФ, Правительства РФ или с разрешения специальной правительственной комиссии. Так, например, слово «страховая компания» и производные от него слова и словосочетания могут использовать в своих фирменных наименованиях только те организации, которым выданы лицензии на осуществление страховой деятельности [9].

В соответствии с п. 3 ст. 1473 ГК РФ юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Если

юридическое лицо при регистрации не указало свое сокращенное фирменное наименование, данное наименование не может указываться ни в каких официальных документах организации. Так, если юридическое лицо зарегистрировано как общество с ограниченной ответственностью «Агентство по строительным работам «Нормстрой», оно не имеет права указывать в своих документах, договорах или иных сделках наименование Агентство по строительным работам «Нормстрой» или ООО «АСР «Нормстрой» [6].

С 1 января 2008 года в соответствии с п. 4 ст. 1473 ГК РФ 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 общественных объединений; обозначения, противоречащие общественным интересам, а также принципам гуманности и морали [1].

Кроме того, необходимо сказать, что при регистрации юридического лица проверка уникальности наименования в прежние годы проводилась в рамках только одного субъекта Российской Федерации. При этом на стадии регистрации заявители получали отказ лишь в том случае, если наименования регистрируемой и уже существующей организации совпадали полностью. Подобная политика привела к созданию ситуаций, когда одновременно существовали несколько фирм с очень похожими наименованиями даже в рамках одного субъекта РФ. Такое положение еще больше осложнилось с

момента вступления в силу Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». Дело в том, что в его статьях отсутствует требование о предварительной проверке уникальности фирменного наименования создаваемой организации. В результате существование юридического лица даже с идентичным наименованием не является по смыслу Закона основанием для отказа в государственной регистрации. Указанный пробел в законодательстве позволил открывать фирмы-двойники, идентичные крупным компаниям с безупречной деловой репутацией [7].

Одной из основных проблем, требующих особого внимания, является заимствование одними организациями фирменных наименований других юридических лиц. Так, умышленно зарегистрировавшись под именем уже существующей организации, юридическое лицо довольно часто вводит своих контрагентов в заблуждение, например относительно качества товаров, деловой репутации. Действующее российское законодательство не может оградить добросовестных субъектов гражданского оборота от подобного рода злоупотреблений. П. 4 ст. 54 ГК РФ содержит общую формулировку, в соответствии с которой юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право его использования. Лицо, неправомерно использующее чужое зарегистрированное фирменное наименование, по требованию обладателя права на фирменное наименование обязано прекратить его использование и возместить причиненные убытки.

Фирменное наименование должно среди прочего содержать указания, необходимые для отличия одной организации от других однотипных юридических лиц

(специальное наименование, номер и т.п.). Если такое требование будет нарушено, то юридическое лицо, которое первым зарегистрировалось под таким фирменным наименованием, вправе требовать в судебном порядке прекращения пользования тождественной или сходной фирмой со стороны других субъектов, а равно возмещения убытков, причиненных таким использованием, так как у него право на фирму возникло раньше других [4].

Таким образом, понятие незаконного использования чужого фирменного наименования характеризуется указанием на наличие тождества или сходства фирменного наименования, в результате чего возникает возможность их смешения.

Ввиду вышеизложенного, необходимо отметить, что очень важным моментом является защита права на фирменное наименование. Под защитой права на фирменное наименование понимаются предусмотренные законом меры, с помощью которых пострадавшее юридическое лицо может обеспечить восстановление своих нарушенных прав, пресечь их нарушение и применить к нарушителю различные гражданско-правовые санкции. Указанные меры содержатся во многих актах действующего законодательства. Анализ имеющихся норм позволяет выделить характерные для рассматриваемой сферы формы, средства и способы защиты нарушенных прав.

Формой защиты субъективного гражданского права на фирменное наименование чаще всего называют совокупность организационных мероприятий, обеспечивающих применение предусмотренных законом способов защиты.

В юридической науке принято различать юрисдикционную и неюрисдикционную формы защиты субъективных прав. Понятием «юрисдикционная форма защиты» охватывается деятельность уполномо-

ченных государством органов по защите нарушенных или оспариваемых прав. Ее суть выражается в том, что лицо, права и законные интересы которого нарушены неправомерными действиями, обращается за защитой к государственным или иным компетентным органам, которые уполномочены принять необходимые меры для восстановления нарушенного права и пресечения правонарушения [2].

В рамках юрисдикционной формы защиты фирменного наименования, в свою очередь, можно выделить общий и специальный режим защиты нарушенного права на фирменное наименование. По общему правилу, защита права на фирму осуществляется в судебном порядке. В соответствии с нормами действующего процессуального законодательства споры, связанные с нарушением права на фирменное наименование юридического лица, относятся к компетенции арбитражных судов. По соглашению сторон их спор может быть передан на рассмотрение третейского суда.

В качестве средства судебной защиты права на фирменное наименование выступает иск, т.е. обращенное к суду требование об отправлении правосудия, с одной стороны, и обращенное к ответчику материально-правовое требование о прекращении нарушения права и восстановлении положения, существовавшего до нарушения, с другой стороны. Судебный или, как его еще называют, исковой порядок защиты права на фирменное наименование применяется во всех случаях, кроме тех, которые прямо указаны в законе.

Специальным порядком защиты права на фирменное наименование, реализуемым в рамках юрисдикционной формы, следует признать его защиту в административном порядке. В рассматриваемой

области предусмотрены достаточно широкие возможности для его применения. Например, коммерческая организация, считая, что ее исключительное право на фирменное наименование нарушено, вправе обратиться в федеральный антимонопольный орган (территориальный орган) с просьбой о принятии мер по защите ее нарушенного права.

Средством защиты в данном случае является не иск, а заявление, которое подается в письменном виде с приложением документов, свидетельствующих о нарушении данного права. Федеральный антимонопольный орган, установив факт нарушения, выдает нарушителю предписание о его прекращении, устранении его последствий и восстановлении первоначального положения. Указанное предписание является обязательным для исполнения в установленный в нем срок. В случае неисполнения предписания выдавший его орган вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о получении соответствующего решения суда. Кроме того, он может наложить на нарушителя штраф, который взыскивается в безакцептном порядке в 30-дневный срок со дня вынесения решения о его взыскании. К соответствующей административной ответственности в виде штрафа может быть привлечен и руководитель организации, уклоняющейся от выполнения предписания. Наряду с обращением за защитой нарушенного права на фирменное наименование в федеральный антимонопольный орган (территориальный орган), административный порядок защиты применяется и в других случаях. Так, организация, обнаружившая, что ее фирменное наименование или часть фирменного наименования незаконно использованы в товарном знаке, может реализовать свое право на защиту путем подачи возражения против регистрации товарно-

го знака в Апелляционную палату Патентного ведомства РФ. Кроме того, обладатель права на фирменное наименование имеет возможность обратиться за защитой своего нарушенного права в вышестоящий орган ответчика, если таковой у последнего имеется. Средством защиты в данном случае является жалоба, порядок подачи и рассмотрения которой регламентирован административным законодательством [3].

Под способами защиты права на фирменное наименование, реализуемыми, как правило, в юрисдикционной форме, понимаются закрепленные законом материально-правовые меры принудительного характера, посредством которых производится восстановление (признание) нарушенного (оспариваемого) права на такое наименование и воздействие на правонарушителя. Среди всего спектра материально-правовых способов защиты субъективных гражданских прав, предусмотренных ГК РФ, в сфере защиты права на фирменное наименование может быть применено требование о [10]:

а) признании права на фирменное наименование;

б) восстановлении положения, существовавшего до нарушения права на фирменное наименование, и пресечение действий, нарушающих данное право или создающих угрозу его нарушения;

в) признании недействительным акта государственного органа, в частности по регистрации товарного знака, в котором незаконно использовано фирменное наименование или его часть;

г) возмещении причиненных убытков.

Выбор конкретного способа защиты из числа возможных предоставляется самому потерпевшему, однако обычно он предопределен характером совершенного правонарушения [3].

Таким образом, проблема защиты прав на средства индивидуализации и, в частности, права на фирменное наименование, остается одной из самых актуальных и в то же время одной из самых малоисследованных в гражданском праве РФ. По мнению большинства правоведов, отсутствие достаточной судебной и арбитражной практики сильно тормозит развитие института защиты прав на средства индивидуализации. Отсутствие четко отлаженной системы защиты указанных прав наносит существенный урон как различным юридическим лицам, так и в целом экономико-торговой деятельности нашей страны.

Принятие части четвертой ГК РФ существенно разрешило данную проблему, но, к сожалению, не до конца, то есть целесообразно принять ряд законов, в том числе и регулирующих процессуальные средства защиты указанных прав, дабы облегчить деятельность судов и юристов.

Список литературы

1. Гаврилов Э. О праве на фирменное наименование // Хозяйство и право. – 2008. – № 10. – С. 37.

2. Гасанова К.К. Фирменное наименование: предъявляемые требования (требования, предъявляемые к фирменному наименованию) // Образование. Наука. Научные кадры. – 2010. – № 3. – С. 33-37.

3. Громорушкин С.А. Совершенствование правовой охраны фирменных наименований // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2012. – № 12. – С. 68.

4. Джермакян В. Как защитить фирменное наименование от дублирования // Юрист. – 2010. – № 11. – С. 10.

5. Еременко В. И. О правовой охране фирменных наименований в России // Законодательство и экономика. – 2008. – № 5. – С. 18.

6. Ереминко В.И. Право на фирменное наименование в части четвертой ГК РФ // Законодательство и экономика. – 2012. – № 3. – С. 45.

7. Отрохова Е.Ф., Сусликов В.Н. Право интеллектуальной собственности. – Курск, 2009. – С. 87.

8. Тимонин Д. А. О сущности фирменного наименования // Юрист. – 2009. – № 5. – С. 19.

9. Шергунова Е.А. Проблемы теории и практики лицензирования страховой деятельности // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. – 2012. – №4. Ч.1. – С.82.

10. Юшкова Е. Фирменное наименование как основное средство индивидуализация юридического лица // Актуальные проблемы цивилистики: сб. научных статей / отв. ред. В.Н. Сусликов; Юго-Западный государственный университет. – Курск, 2014. – С. 147-151.

Получено 25.11.16

E.A. Shergunova, Candidate of Juridical Sciences, Associate Professor, Southwest State University (Kursk) (e-mail: sherea@rambler.ru)

H.E. Silakova, Candidate of Juridical Sciences, Associate Professor, Southwest State University (Kursk) (e-mail: sherea@rambler.ru)

PROBLEMS OF PROTECTION OF COMPANY NAMES OF LEGAL ENTITIES

This article addresses the main problems of the definition of a company name of a legal entity as one of the means of individualization of legal entities. The authors identify certain criteria of a company name, its structural elements, and the features of protection and the means of individualization of legal entities.

The purpose of this research was a comprehensive analysis of the main problems of registration of a company name in Russia.

To achieve this goal it is necessary to solve following tasks: to establish a clear concept of "company names", to define the basic criteria of acquiring these names, to identify the main requirements of the legislation to company name.

In our study there were used the methods of system synthesis and system analysis. In addition, the authors resorted to comparative legal, formal logical and other methods of studying the institute of "company names of legal entities".

The novelty of the study lies in the fact that the authors are one of the first in the Russian legal science that attempted to carry out a comprehensive study and analysis of problems of defining the basic requirements of a legislator to "company name". In the course of conducting this research, there were revealed some solutions to the problems of defining the essence and characteristics of "company names" in Russia.

The results can be taken for further research activities in the study of individualization of legal entities.

In addition, the main conclusions of the study can be applied in practice when implementing the mechanism of "company names" and the protection of business reputation of a legal entity.

Application field: law-making, law enforcement and practical activities.

Social significance of the study is that the authors solve a number of public and socially important objectives to address the gaps of the current legislation, identify problems of the modern Russian law and define ways of their decision.

Therefore, the registration of a "company name of a legal entity" allows providing it with additional protection against various attacks on business reputation of a legal entity that ultimately leads to economic stability of an organization and public recognition.

Key words: company name, legal entity, organization, means of individualization.

References

1. Gavrilov Je. O prave na firmennoe naimenovanie // Hozjajstvo i pravo. – 2008. – № 10. – S. 37.
2. Gasanova K.K. Firmennoe naimenovanie: predjavljaemye trebovanija (trebovanija, predjavljaemye k firmennomu naimenovaniju) // Obrazovanie. Nauka. Nauchnye kadry. – 2010. – № 3. – S. 33-37.
3. Gromorushkin S.A. Sovershenstvovanie pravovoj ohrany firmennyh naimenovanij // Intellektual'naja sobstvennost'. Promyshlennaja sobstvennost'. – 2012. – № 12. – S. 68.
4. Dzhermakjan V. Kak zashhitit' firmennoe naimenovanie ot dublirovaniya // Jurist. – 2010. – № 11. – S. 10.
5. Eremenko V. I. O pravovoj ohrane firmennyh naimenovanij v Rossii // Zakonodatel'stvo i jekonomika. – 2008. – № 5. – S. 18.
6. Ereminko V.I. Pravo na firmennoe naimenovanie v chasti chetvertoj GK RF // Zakonodatel'stvo i jekonomika. – 2012. – № 3. – S. 45.
7. Otrohova E.F., Suslikov V.N. Pravo intellektual'noj sobstvennosti. – Kursk, 2009. – S. 87.
8. Timonin D. A. O sushhnosti firmennogo naimenovanija // Jurist. – 2009. – № 5. – S. 19.
9. Shergunova E.A. Problemy teorii i praktiki licenzirovanija strahovoj dejatel'nosti // Izvestija Jugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija i pravo. – 2012. – №4. Ch.1. – S.82.
10. Jushkova E. Firmennoe naimenovanie kak osnovnoe sredstvo individualizacija juridicheskogo lica // Aktual'nye problemy civilistiki: sb. nauchnyh statej / otv. red. V.N. Suslikov; Jugo-Zapadnyj gosudarstvennyj universitet. – Kursk, 2014. – S. 147-151.