

О НАДНАЦИОНАЛЬНОЙ ОХРАНЕ ФИРМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ

Белин А. В., Ващекин А. Н.¹

Ключевые слова: международное частное право, фирменное наименование, наднациональная защита, Парижская конвенция по охране промышленной собственности.

Аннотация.

Цель работы — анализ наднациональной защиты такого средства индивидуализации, как фирменное наименование, и исследование возможностей его применения. Изучаются и анализируются международные договоры Российской Федерации на предмет наличия в них норм о наднациональной охране фирменного наименования. Для исследования использованы международные договоры различных объединений с участием Российской Федерации — Содружество Независимых Государств, Евразийский экономический союз, Союз стран Парижской конвенции 1883 года, Всемирная торговая организация.

Отдельно рассмотрена проблема наличествующей разницы в терминах официального русскоязычного перевода Парижской конвенции об охране промышленной собственности 1883 года и ее англоязычной версии, а также связанные с этим правовые трудности.

Методы. В качестве методов исследования использовались формально-юридический метод, синтез, анализ, индукция и дедукция.

Результаты. Исследование показало, что в рамках массива норм международного частного права обеспечение наднациональной охраны фирменного наименования реализуемо. При этом из рассмотренных международных объединений только Союз стран Парижской конвенции 1883 года однозначно допускает охрану фирменного наименования. Однако отечественное понимание данного средства индивидуализации несколько отличается от смысла, который вкладывается в данное понятие в других юрисдикциях, в том числе в странах Союза Парижской конвенции 1883 года. Авторы приходят к выводу о том, что российское нормативное определение фирменного наименования не соответствует нормативному определению, закрепленному в актах Содружества Независимых Государств, что препятствует созданию эффективных инструментов защиты права на фирменное наименование в рамках приведенных в исследовании региональных интегративных объединений.

DOI: 10.21681/2226-0692-2021-2-42-47

Введение

В рамках современных общественных отношений интеллектуальная собственность в объективном смысле перестала быть просто правовым институтом, регулирующим внешнюю форму выражения творчества человека. Оборотоспособность исключительных прав в настоящий момент стала одним из факторов, непосредственно и ключевым образом влияющих на развитие экономических отношений, в том числе в рамках международной интеграции [2, 9].

Гармонизация российского законодательства с основными положениями многосторонних международных договоров в сфере интеллектуальной собственности, необходимая для исполнения обязательств, взятых на себя Российской Федерацией, ввиду участия в международных объединениях (например, в рамках участия во Всемирной торговой организации, далее — ВТО),

является одним из необходимых шагов, направленных на создание нормативных возможностей к воплощению экономической интеграции.

Цель исследования

В рамках российского права фирменное наименование как средство индивидуализации является достаточно специфическим объектом как с точки зрения оснований для защиты, так и с точки зрения момента возникновения исключительного права, а также ограничения возможных субъектов — обладателей такого права. В связи с этим особенно интересной для научного анализа становится возможность наднациональной

¹ Белин Артём Владиславович, юрист, Федеральная сеть книжных магазинов «Читай-город», г. Москва, Российская Федерация. E-mail: mrartembelin@yandex.ru

Ващекин Андрей Николаевич, кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры информационного права, информатики и математики Российского государственного университета правосудия, г. Москва, Российская Федерация. E-mail: vashchekin@mail.ru

защиты прав на фирменное наименование, которая и является целью настоящей работы.

Материалы и методы

Как представляется, для анализа такой защиты необходимо проанализировать международные договоры Российской Федерации в следующих международных организациях (объединениях): Содружество Независимых Государств (далее — СНГ), Евразийский экономический союз (далее — ЕАЭС), Союз Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 1883 года (далее — ССПК), ВТО.

Важно подчеркнуть, что для целей статьи авторы с определенной долей условности используют понятие «интеграция», поскольку в науке понятие интеграции используется в т. ч. в широком смысле — «возникновение новой общности из прежде разрозненных частей» [14, с. 5]. Поэтому в рамках статьи авторы понимают под интеграцией межгосударственное сотрудничество, образование на основании международных договоров международных организаций.

Прежде чем перейти к анализу нормативных положений международных договоров, необходимо проанализировать смысл, который российское национальное право вкладывает в понятие фирменного наименования.

Действующее позитивное право не содержит в себе легального определения указанного понятия, при этом современные авторы указывают, что действующий ГК понимает под фирменным наименованием имя коммерческой организации, под которым последняя участвует в гражданском обороте [8]. Это наблюдение опирается на п. 1 ст. 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ)² и передает ключевое назначение данного объекта интеллектуальной собственности — индивидуализация коммерческого юридического лица в процессе его участия в гражданском обороте.

Считается, что впервые фирменное наименование (фирма) возникло в средневековой Италии и представляло собой обозначение товарищеского объединения, которое использовалось с целью указания лиц, ответственных по сделкам [4]. В рамках развития отечественного права основной этап нормативного регулирования фирменного наименования пришелся на относительно ранний период советской государственности. Так, в 1927 году вступило в силу Положение о фирме (далее — Положение)³, которое в целом действовало вплоть до принятия части 4 ГК РФ⁴. Более того, Высший Арбитражный Суд РФ в информационных письмах, посвященных анализу практики рассмотрения дел в сфере интеллектуальной собственности, отмечал необходимость применения Положения (до введения в действие части четвертой ГК РФ) в части, не противоречащей ГК РФ,

в вопросах защиты права на фирменное наименование⁵. При этом фирменное наименование только в 1990 году нормативно стало относиться к объектам интеллектуальной собственности [12, с. 65].

Интересно, что и данное положение не содержало в себе легального определения понятия «фирма». Более того, в его тексте употреблялись два, как представляется из смысла по тексту, равнозначных по смысловой нагрузке термина — «фирма» и «фирменное наименование».

Ссылка на Положение дана не случайно: Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 года (далее — Парижская конвенция)⁶ была подписана СССР 12 октября 1967 года, то есть можно говорить о том, что представление о фирменном наименовании в период присоединения к Парижской конвенции полностью соответствовали положению о фирме. В целом представление советского права о фирменном наименовании является сходным с представлением о нем в современном праве суверенной России.

В любом случае, важно подчеркнуть следующий момент: ни в советском, ни в нынешнем национальном праве России нет легального определения фирменного наименования, однако даны его четкие признаки, в соответствии с которыми в целом под фирменным наименованием понимается средство индивидуализации *коммерческого юридического лица*, его наименование, под которым оно выступает в гражданском обороте, и это справедливо для всех отраслей экономической деятельности в нашей стране — финансовой, производственной и торговой [1, 15]. Рассматриваемая проблема актуальна не только во внутреннем, но и в международном плане, поскольку построение крупных корпоративных объединений происходит в современных условиях на основе принципа открытых систем, позволяющего с минимальными потерями производить слияния, поглощения, инкорпорируя в себя присоединяемые части [3, с. 38].

Переходя к вопросу о наличии норм международного частного права, регулирующих вопросы правовой охраны фирменного наименования, важно отметить следующее: по общему правилу, права на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации — объекты интеллектуальной собственности — охраняются по территориальному принципу.

Об этом, в частности, свидетельствует нормативная взаимосвязь статей 1231 и пункта 1 статьи 1475 ГК РФ. Более того, исходя из буквального смысла указанного пункта статьи 1475 Кодекса (на территории Российской Федерации действует исключительное право на фирменное наименование, включенное в Единый государственный реестр юридических лиц), кажется верным тезис, согласно которому на территории России предоставляется охрана какому-либо фирменному наименованию только в рамках национального режима. Однако

² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) // Российская газета, № 289, 22.12.2006.

³ Положение о фирме, утв. Постановлением ЦИК СССР и СНК СССР 22.06.1927 г. (в ред. от 17.08.1927 г.) // СПС «КонсультантПлюс».

⁴ См. п. 1 ст. 3 Федерального закона от 18.12.2006 № 231-ФЗ «О внесении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Российская газета, № 289, 22.12.2006.

⁵ См. Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» // СПС «КонсультантПлюс» (далее — Информационное письмо № 122).

⁶ Парижская конвенция по охране промышленной собственности // СПС «КонсультантПлюс».

очевидно, что участие в международных объединениях так или иначе требует обеспечения большего стандарта защиты интеллектуальных прав — на наднациональном уровне [7, 10].

Результаты исследования

Наиболее логичным с точки зрения научного анализа представляется рассмотрение в отдельности массива нормативной базы каждого из международных объединений с последующим объединением полученных результатов.

Содружество Независимых Государств

СНГ является надгосударственным объединением, которое заменило собой государство — СССР. Соглашение о создании СНГ⁷ было подписано 8 декабря 1991 года в Минске. Соглашение о создании СНГ никак не предусматривало дополнительную охрану прав на объекты интеллектуальной собственности по сравнению с национальным режимом. Несколько позже, в 1993 году, был принят Устав СНГ⁸, в статье 19 которого содержится упоминание об интеллектуальной собственности: государства-члены сотрудничают в экономической и социальной областях, в частности, по правовой охране интеллектуальной собственности.

Нормативная база СНГ содержит в себе достаточно большой перечень нормативных актов наднационального уровня, регламентирующих сотрудничество в сфере интеллектуальной собственности⁹. В целом ни один из них не содержит в себе какой бы то ни было правовой регламентации в сфере охраны прав на фирменное наименование.

Однако достаточно интересным является Постановление Межпарламентской Ассамблеи государств — участников СНГ № 39-13 от 29 ноября 2013 года¹⁰, которым принят модельный закон «О фирменном наименовании» (далее — Модельный закон).

Необходимо оговориться, что юридическая сила таких модельных законов до конца неясна: в отечественном позитивном праве модельный закон рассматривается как типовой акт законодательства, включающий как нормативные рекомендации, так и варианты допустимых правовых решений (а в некоторых случаях — пояснения и примеры) в определенной сфере общественных отношений. Модельный закон не носит обязательного характера и обычно является законодательным инструментом федеративного государства, объединения или международной организации, задачей которого является определенная нормативная ориентация субъектов за-

конодательной деятельности членов подобных объединений, обеспечивающая согласованность их действий¹¹.

С одной стороны, модельный закон признается законодательным актом (что, по логике общей теории права, делает его обязательным к исполнению неограниченным кругом лиц), с другой — прямо указывается на его рекомендательный характер. К слову, в энциклопедическом справочнике Совета Федерации Федерального Собрания РФ также указывается на отсутствие обязательности такого акта¹².

Более того, если и предположить обязательную силу модельных законов, приведенный выше Модельный закон не был, как минимум, ратифицирован (или имплементирован в российское законодательство), хотя в соответствии с пунктом 1 статьи 15 Федерального закона от 15.07.1995 № 101-ФЗ «О международных договорах Российской Федерации»¹³ такая процедура обязательна. Таким образом, можно сделать вывод о том, что указанный Модельный закон является рекомендательным актом.

Тем не менее, рассматриваемый Модельный закон СНГ является наднациональным актом интегративного объединения, прямо или косвенно позволяющим оценить общий подход к регулированию конкретного правового института в СНГ. Так, статья 1 Модельного закона устанавливает, что под фирменным наименованием понимается обозначение *юридического лица*, которое дает возможность отличить это лицо от других и не вводит потребителей в заблуждение относительно настоящей его деятельности.

Авторами неслучайно выделено «юридическое лицо». Указанный элемент определения фирменного наименования показывает разницу в подходах национального (российского) и наднационального в рамках СНГ. Если по российскому праву только коммерческое юридическое лицо может быть обладателем права на фирменное наименование, то Модельный закон, на первый взгляд, позволяет и некоммерческим организациям быть «владельцем» соответствующего исключительного права.

Однако часть 8 статьи 5 Модельного закона фиксирует, что правообладателем фирменного наименования может быть юридическое лицо, осуществляющее *коммерческую хозяйственную деятельность* на территории государства-участника и (или) за ее пределами, и *физическое лицо* — предприниматель.

Из указанного можно сделать следующие выводы:

1. Некоммерческое юридическое лицо в соответствии с Модельным законом, действительно, может быть правообладателем фирменного наименования (поскольку некоммерческая организация может осуществлять коммерческую хозяйственную деятельность в некоторых случаях) — что не соответствует российскому подходу [13];

⁷ Официальный сайт Исполнительного комитета СНГ. URL: <http://cis.minsk.by/page/show?id=176>.

⁸ Официальный сайт Исполнительного комитета СНГ. URL: <http://cis.minsk.by/page/show?id=180>.

⁹ Информация на официальном сайте Роспатента «Сотрудничество в сфере интеллектуальной собственности в рамках Содружества Независимых Государств». URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/activities/inter/cis>.

¹⁰ Единый реестр правовых актов и других документов СНГ. URL: <http://cis.minsk.by/reestr/ru>.

¹¹ Раздел II, «Методические рекомендации по разработке законодательных и иных нормативных правовых актов субъекта Российской Федерации в области гражданской обороны» (утв. МЧС России 24.12.2016 N 2-4-71-78-11) // СПС «КонсультантПлюс».

¹² Официальный сайт СФ ФС РФ. URL: <http://council.gov.ru/services/reference/9553>.

¹³ Российская газета, № 140, 21.07.1995.

2. Физическое лицо также потенциально является обладателем права на фирменное наименование;
3. В контексте наднационального регулирования в СНГ фирменное наименование соответствует понятию *коммерческое обозначение* российского правового порядка.
4. Последний тезис подтверждается определением коммерческого обозначения, вытекающим из статьи 1538 ГК РФ: обозначение, которое *может использоваться юридическим лицом (в том числе некоммерческим) и индивидуальным предпринимателем для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий*.

Таким образом, даже в СНГ подход к фирменному наименованию не идентичен российскому подходу. Однако в указанном интегративном объединении в целом отсутствует «жесткий», обязательный к применению акт, предоставляющий наднациональную защиту фирменному наименованию. Тем не менее, тот факт, что в отечественном праве фирменное наименование — достаточно специфичный и в некоторой степени уникальный объект, особенно важен в дальнейшем в рамках настоящего исследования (см. раздел «Союз стран Парижской конвенции»).

Евразийский экономический союз

ЕАЭС представляет собой международную организацию региональной экономической интеграции, которая обладает международной правосубъектностью. В рамках ЕАЭС создаются условия для беспрепятственного перемещения капитала, рабочей силы, товаров и услуг. В этих целях ЕАЭС проводит скоординированную политику во всех экономических сферах¹⁴. На момент написания статьи в ЕАЭС входят Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и Российская Федерация. Важнейшим нормативным актом, определяющим деятельность ЕАЭС, является Договор о Евразийском экономическом союзе (далее — Договор о ЕАЭС)¹⁵.

В соответствии с ч. 4 ст. 90 этого договора регулирование отношений в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности, включая определение особенностей правового режима применительно к отдельным видам объектов, происходит в соответствии с приложением № 26 к Договору о ЕАЭС (далее — Протокол ИС).

Представляется несколько удивительным, что право ЕАЭС в контексте Протокола ИС (п. 2 Раздела I) отдельно *не именуется* фирменное наименование в качестве объекта интеллектуальной собственности, относя его при этом к другим объектам интеллектуальной собственности, которым предоставляется правовая охрана в соответствии с международными договорами и актами. Более того, Протокол ИС вообще никак не регулирует вопросы, связанные с фирменным наименованием.

¹⁴ Официальный сайт ЕАЭС. URL: <http://www.eaeunion.org/#about>.

¹⁵ Подписан в Астане 29.05.2014 // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии, URL: <http://www.eurasiancommission.org>, 01.04.2020.

Единственной нормой права ЕАЭС, которая косвенно регулирует рассматриваемый аспект, является п. 3 ст. 90 Договора о ЕАЭС, декларирующий, что государства-члены осуществляют свою деятельность в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в соответствии с основными международными договорами в сфере интеллектуальной собственности (перечень в указанной статье приведен).

Таким образом, в рамках ЕАЭС Российская Федерация не взяла на себя дополнительных обязательств в контексте защиты и охраны права на фирменное наименование юридического лица.

Всемирная торговая организация

ВТО, охватывающая 98% мировой торговли, является крупнейшим интегративным объединением и, как утверждается, единственной организацией, формирующей правила многосторонней торговли. Она обеспечивает свободный обмен товарами, производит таможенное, санитарное, ветеринарное и фитосанитарное, а также техническое регулирование. ВТО решает вопросы поддержки промышленности и сельского хозяйства, импортного лицензирования, применения антидемпинговых, компенсационных мер, защиты интеллектуальной собственности и многие другие¹⁶.

Ключевым актом, регулирующим вопросы интеллектуальной собственности в рамках ВТО, является Соглашение ТРИПС¹⁷ — *The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*.

Удивительно, но Соглашение ТРИПС вообще не содержит в себе каких-либо норм, прямо или косвенно регулирующих вопросы, связанные с фирменным наименованием. Таким образом, стороны Соглашения ТРИПС (в том числе и Россия) не взяли на себя обязательств по дополнительному обеспечению минимальных стандартов в области охраны права на фирменное наименование.

Союз стран Парижской конвенции

В силу участия во Всемирной организации интеллектуальной собственности (далее — ВОИС)¹⁸ и Парижской конвенции, действующей, исходя из смысла пункта 1 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»¹⁹ (далее — ППВС № 10), непосредственно на территории Рос-

¹⁶ Информация о ВТО с официального сайта Министерства экономического развития РФ. URL: http://www.economy.gov.ru/material/directions/vneshneekonomicheskaya_deyatelnost/vto.

¹⁷ Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (ВТО, Уругвайский раунд многосторонних торговых переговоров, 15 апреля 1994 г.) (с изменениями и дополнениями) // СПС «Гарант».

¹⁸ Contracting parties of treaties administered by WIPO // WIPO's official website. URL: https://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/documents/pdf/wipo_convention.pdf. P. 3-4. Date of application: 01.04.2020.

¹⁹ Российская газета, № 96, 06.05.2019.

сии, Российская Федерация является страной ССПК по смыслу отмеченной Конвенции.

Ключевыми нормами Парижской конвенции являются:

- ст. 1, устанавливающая, что фирменное наименование является объектом промышленной собственности;
- ст. 8, определяющая, что фирменное наименование охраняется во всех странах ССПК без обязательной подачи заявки или регистрации, причем независимо от того, является ли это наименование частью товарного знака. Заметим, что процитированная норма формально устанавливает *наднациональный уровень защиты прав на объект «фирменное наименование» интеллектуальной собственности* — что является абсолютно нетипичным и идущим вразрез с принципом территориального исчерпания прав, указанного выше в настоящей статье.
- ст. 10.ter, в соответствии с которой страны ССПК обязуются обеспечить гражданам *других стран ССПК* законные средства для эффективного пресечения всех действий недобросовестной конкуренции, в том числе с использованием фирменного наименования.

При этом важно отметить, что Парижская конвенция не содержит в себе дефинитивной нормы для фирменного наименования, и это в некоторой степени является недостатком Конвенции ввиду возможных противоречий между государствами-участниками относительно того, что есть фирменное наименование.

Итак, Россия, будучи членом ВОИС, взяла на себя дополнительные обязательства в части охраны прав на фирменные наименования на наднациональном уровне.

Однако заслуживает особого внимания следующее: существует позиция, что официальный перевод Парижской конвенции (опубликованный в Ведомостях Верховного Совета СССР, № 40, 1968 год) неточен: в англоязычной версии Конвенции речь идет о *trade name*, что является аналогом коммерческого обозначения в российском праве [5]. Однако, оперируя официальным переводом Конвенции, можно сделать вывод о том, что Россия взяла обязательства именно относительно фирменного наименования.

В контексте приведенного анализа Модельного закона СНГ о фирменном наименовании становится очевидным, что вышеуказанный тезис имеет право на существование. Подтвердить или опровергнуть указанный тезис возможно, как представляется, лишь путем толкования Парижской конвенции. При этом подчеркнем следующее:

1. Как было отмечено в ходе исследования, представление советского права о фирменном наименовании является сходным с представлением о нем в современном праве суверенной России.
2. Толкование любого международного договора следует осуществлять в контексте положений Венской Конвенции о праве международных договоров²⁰ (заключена в Вене 23.05.1969) (далее — Венская конвенция), в частности, ее статей 31 и 32 (ключевое правило установлено в части 1 статьи 31: договор нужно толковать добросовестно в соответствии с

²⁰ Ведомости ВС СССР, 10.09.1986, № 37, ст. 772.

обычным значением, которое следует придавать терминам договора в их контексте, а также в свете объекта и целей договора);

3. Парижская конвенция предусматривает способ разрешения коллизий толкования — статья 28 (пункт 1) устанавливает следующий порядок: переговоры, решение Международного суда в соответствии со Статутом Суда.

Казалось бы, в чем сложность: необходимо проанализировать возможную практику Международного суда и понять смысл, вкладываемый в такое понятие. Однако сложность обнаруживается при анализе заявления Союза ССР, который был сделан при ратификации — СССР (а, соответственно, и Российская Федерация²¹) не считает себя связанным пунктом 1 статьи 28.

Следовательно, целесообразно обратить внимание на толкование, которое ВОИС придает указанному термину. Оно, в силу вышеуказанного, не будет в полной мере соответствовать Парижской конвенции, однако, как представляется, будет в полной мере лежать в плоскости норм Венской конвенции.

Показательной, как представляется, является вот эта цитата из литературы, издаваемой ВОИС: «коммерческое *или* фирменное наименование — это наименование или обозначение, которое отличает компанию (выделено нами — прим. авт.)» [11, С. 20]. В данном случае прослеживается отождествление понятий «фирменное наименование» и «коммерческое обозначение» (в рамках ССПК), что идет вразрез со статьей 1538 ГК РФ, подчеркивающей, что коммерческое обозначение и фирменное наименование — разные правовые категории. Отдельного упоминания коммерческого обозначения русскоязычный текст Парижской конвенции не содержит.

Представляется, что в соответствии со статьей 1187 ГК РФ, российский суд, применяя нормы Парижской конвенции, в любом случае будет толковать термины и понятия в соответствии с российским правом, то есть *предоставлять охрану именно фирменному наименованию*.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что Российская Федерация в рамках ССПК взяла на себя дополнительные обязательства и предоставляет наднациональную охрану правам на фирменное наименование.

Заключение

Подводя итог проведенному исследованию, необходимо отметить следующее.

Во-первых, фирменное наименование как институт (субинститут) права интеллектуальной собственности в российском понимании является достаточно специфическим и своеобразным явлением, которое по своему объему качественно отличается от вкладываемого Модельным законом СНГ и Парижской конвенцией понимания.

Во-вторых, из проанализированных международных организаций только в ССПК реально возможна

²¹ См. абз. 2 п. 5 Письма ВАС РФ от 16.08.1995 № ОМ-230 «О Перечне действующих международных договоров, в исполнении которых участвуют арбитражные суды РФ» // СПС «КонсультантПлюс».

защита фирменного наименования — для этого не надо соблюдать никаких формальностей (в частности, подавать заявление в государственный орган страны Союза), что, как представляется, является гарантией наднациональной защиты права на фирменное наименование.

В-третьих, несмотря на возможность наднациональной защиты, Россия как член ССПК дает возможность наднациональной защиты фирменного наименования именно как института, известного российскому правопорядку, то есть *отличного* от коммерческого обозначения. Следовательно, уровень защиты фактически перестает быть международным — если в ССПК представляется правовая охрана коммерческому обозначению

(*trade name*), то фирменное наименование российского юридического лица вряд ли подлежит охране в Италии на основании норм Парижской конвенции.

При этом юридические лица, инкорпорированные в странах рассмотренного Союза, могут получить правовую охрану фирменного наименования в России, что также подтверждается пунктом 153 ППВС № 10 [6].

Иными словами, современная правовая система России (в широком смысле, как указано в части 4 статьи 15 Конституции²²) предусматривает возможность наднационального уровня защиты фирменного наименования, однако, как было показано в статье, с некоторыми особенностями. ■

Литература

1. Аганов А. Н., Ващекина И. В. Оптимизация распределения кредитных продуктов коммерческих банков в сфере потребительского кредитования с учетом социально-экономических особенностей региона // Вопросы региональной экономики. 2013. № 3 (16). С. 3—13.
2. Белин А. В., Ващекин А. Н. О проблеме дифференциации коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны // Российское правосудие. 2019. № 6. С. 32—41.
3. Ващекин А. Н. Новые формы организации оптово-розничного звена в России — торговые корпорации как открытые системы // В сборнике: Ценности и интересы современного общества: материалы международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки РФ; Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. М., 2015. С. 36—42.
4. Ващекина И. В. О точках бифуркации в развитии банковских систем // Вестник РГТЭУ. 2013. № 6(77). С. 21—31.
5. Внуков Н. А., Матвеева Е. В., Абрамов С. А. О соотношении коммерческого обозначения и фирменного наименования // Право и экономика. 2018. № 8(366). С. 37—42.
6. Еременко В. И. О Постановлении Пленума Верховного Суда РФ № 10: права на средства индивидуализации // ИС: Промышленная собственность. 2020. № 3. С. 15—32.
7. Иохин В. Я. Испытание глобализмом // Философия хозяйства. 2010. № 2(68). С. 106—117.
8. Логинова Н. И. К вопросу о соотношении права на фирменное наименование с правом на коммерческое обозначение // Пробелы в российском законодательстве. 2011. № 5. С. 71—75.
9. Мажорина М. В., Терентьева Л. В., Шахназаров Б. А. Международное частное право в условиях развития информационно-коммуникационных технологий // Актуальные проблемы российского права. 2019. № 5(102). С. 169—182.
10. Терентьева Л. В. Коллизионное регулирование авторских отношений в условиях развития интернета (на примере России, США и Японии) // Право. Журнал высшей школы экономики. 2013. № 3. С. 151—176.
11. Понимание промышленной собственности. Второе издание. М.: ВОИС, 2016. 28 с.
12. Филиппова С. Ю. Фирменное право России. М.: Статут, 2016. 188 с.
13. Черничкина Г. Н. Современное понимание индивидуализации юридического лица в гражданском обороте, или об исключительном праве на наименование и фирменное наименование юридического лица // Современное право. 2017. № 3. С. 56—66.
14. Чечурина М. Н. Международная интеграция и международные объединения. Мурманск: Изд-во МГТУ, 2012. 232 с.
15. Vashchekin A. N. The development of new organization forms of wholesale trade enterprises in Russia // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2015. № 2. С. 29—33.

Рецензент: Агамиров Карэн Владимирович, доктор юридических наук, доцент, старший научный сотрудник сектора философии права, истории и теории государства и права Института государства и права РАН, г. Москва, Российская Федерация.

E-mail: agamirow@yandex.ru



²² Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.