

**В.В. Розенберг**

**Фирма. Догматический  
очерк**

**Москва  
«Книга по Требованию»**

УДК 340  
ББК 67.0  
В11

В11      **В.В. Розенберг**  
Фирма. Догматический очерк / В.В. Розенберг – М.: Книга по Требованию,  
2021. – 186 с.

**ISBN 978-5-458-65040-3**

**ISBN 978-5-458-65040-3**

© Издание на русском языке, оформление  
«YOYO Media», 2021

© Издание на русском языке, оцифровка,  
«Книга по Требованию», 2021

Эта книга является репринтом оригинала, который мы создали специально для Вас, используя запатентованные технологии производства репринтных книг и печати по требованию.

Сначала мы отсканировали каждую страницу оригинала этой редкой книги на профессиональном оборудовании. Затем с помощью специально разработанных программ мы произвели очистку изображения от пятен, клякс, перегибов и попытались отбелить и выровнять каждую страницу книги. К сожалению, некоторые страницы нельзя вернуть в изначальное состояние, и если их было трудно читать в оригинале, то даже при цифровой реставрации их невозможно улучшить.

Разумеется, автоматизированная программная обработка репринтных книг – не самое лучшее решение для восстановления текста в его первозданном виде, однако, наша цель – вернуть читателю точную копию книги, которой может быть несколько веков.

Поэтому мы предупреждаем о возможных погрешностях восстановленного репринтного издания. В издании могут отсутствовать одна или несколько страниц текста, могут встретиться невыводимые пятна и кляксы, надписи на полях или подчеркивания в тексте, нечитаемые фрагменты текста или загибы страниц. Покупать или не покупать подобные издания – решать Вам, мы же делаем все возможное, чтобы редкие и ценные книги, еще недавно утраченные и несправедливо забытые, вновь стали доступными для всех читателей.



Серия Книжный Ренессанс

[www.samizday.ru/reprint](http://www.samizday.ru/reprint)



# О г л а в л е н і е.

## ГЛАВА ПЕРВАЯ.

| Фирма и отграниченіе ея отъ смежныхъ понятій.                           | СТР. |
|-------------------------------------------------------------------------|------|
| I. Фирма и торговое имя . . . . .                                       | 1    |
| II. Понятіе предпріятія . . . . .                                       | 10   |
| III. Фирма есть названіе и воплощеніе цѣлостности предпріятія . . . . . | 21   |
| IV. Торговое заведеніе . . . . .                                        | 29   |
| V. Вывѣска . . . . .                                                    | 41   |

## ГЛАВА ВТОРАЯ.

### Сложеніе фирмы.

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| I. Основные принципы сложенія фирмы . . . . .             | 52 |
| II. Истинность фирмы—корпусъ фирмы и добавленія . . . . . | 56 |
| III. Исключительность фирмы . . . . .                     | 70 |
| IV. Постоянство фирмы . . . . .                           | 82 |
| V. Критика основныхъ принциповъ сложенія фирмы . . . . .  | 95 |

## ГЛАВА ТРЕТЬЯ.

### Фирменное право.

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| I. Право на фирму . . . . .                                                                     | 101 |
| II. Употребленіе фирмы . . . . .                                                                | 114 |
| III. Распоряженіе фирмою . . . . .                                                              | 124 |
| IV. Переходъ фирмы . . . . .                                                                    | 134 |
| V. Распоряженіе фирмою по русскому праву. Фирма филиаль. Прекращеніе фирменнаго права . . . . . | 146 |

## ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ.

### Защита фирмы.

|                                                                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| I. Публично и частно-правовая защита права на фирму . . . . .                                                                                      | 155 |
| II. Охрана фирмы и торговаго имени въ области международныхъ отношеній . . . . .                                                                   | 168 |
| III. Способы защиты права на фирму: уголовная репрессія, гражданскіе иски объ убыткахъ и о воспрещеніи неправожѣрнаго употребленія фирмы . . . . . | 173 |

---

## ГЛАВА ПЕРВАЯ.

### 1.

Подобно тому какъ въ гражданскомъ быту имя необходимо для различенія правоотношеній между отдельными правоспособными субъектами, точно также подобная же потребность, и даже въ значительно усиленной степени, ощущается и въ торговомъ оборотѣ. Въ виду особенностей тѣхъ формъ, въ которыхъ протекаетъ торгово-промышленная дѣятельность, индивидуализирующія наименованія гораздо многочисленнѣе, чѣмъ въ гражданскомъ оборотѣ, ибо эти наименованія относятся къ различнымъ элементамъ, играющимъ ту или другую роль въ торгово-промышленной жизни. На этомъ поприщѣ встрѣчаются и гражданское имя купца или промышленника, и названіе его предпріятія, и наименованія заведеній, принадлежащихъ одному предпріятію. Всѣ эти клички служатъ для отличія одной индивидуальной дѣятельности отъ другой, одной субъективной правовой сферы отъ всѣхъ прочихъ, но все же каждая изъ нихъ имѣетъ свое собственное особое значеніе, съ каждой связаны свои особые правовые послѣдствія.

Отъ того, что данное лицо стало самостоятельнымъ профессиональнымъ торгово-промышленнымъ дѣятелемъ, оно не утратило, конечно, права пользоваться своимъ гражданскимъ именемъ; но, по особенностямъ торгового быта, право на гражданское имя претерпѣваетъ такіе преломленія, какихъ не знаетъ гражданское право (напр. передача имени другому лицу). Поэтому, въ отличие отъ гражданского имени, можно съ нѣкоторымъ основаніемъ говорить объ имени торговомъ (*nom commercial*, *Handelsname*). Упомянутыя измѣненія настолько существенны.

что можно даже усомниться, можно ли еще характеризовать торговое имя, какъ личное имя, и не слѣдуетъ ли его относить къ тому, не совсѣмъ еще выясненному, но, несомнѣнно, существующему обособленному цѣлому, которое носитъ названіе торгово-промышленнаго предпріятія. Въ тѣхъ законодательствахъ, въ которыхъ превращеніе торговаго имени изъ названія лица въ названіе предпріятія получило болѣе ясное и опредѣленное выраженіе (а этому весьма способствуетъ торговый реестръ), стало особо употребительнымъ терминомъ слово фирма.

Въ нѣкоторыхъ отрасляхъ торгово-промышленной дѣятельности (напр. ресторано-гостиничной, аптекарской и т. п.) принято давать особыя имена заведеніямъ предпріятія. Въ тѣхъ случаяхъ, когда предпріятіе содержитъ одно заведеніе, можетъ быть сильный соблазнъ смѣшенія и отождествленія имени заведенія съ именемъ предпріятія. Однако, между ними, по серьезнымъ практическимъ соображеніямъ, необходимо проводить строгое различіе и, вмѣстѣ съ торговымъ именемъ и фирмой, считаются также съ особымъ существованіемъ и имени торгово-промышленнаго заведенія.

Уже изъ предшествующихъ строкъ очевидно, что въ торговомъ быту центральное мѣсто принадлежитъ фирмѣ. Тѣмъ не менѣе, несмотря на то, что ученіе о фирмѣ является основнымъ камнемъ построенія всей системы торгово-промышленныхъ правоотношеній, фирменное право продолжаетъ оставаться одною изъ недостаточно разработанныхъ проблемъ науки и получаетъ поэтому не-правильное и неполное изображеніе въ положительномъ законодательствѣ различныхъ государствъ <sup>1)</sup>. Вслѣдствіе этого, хотя и нѣтъ ни одного законодательства, которое не содержало бы въ себѣ какихъ либо постановленій о фирменномъ правѣ, однако, даже самыя передовыя изъ нихъ возбуждаютъ много сомнѣній съ точки зрѣнія правовой политики, основанной на данныхъ теоретической разработки предмета.

Одною изъ коренныхъ причинъ такого, на первый

<sup>1)</sup> Вполнѣ справедливо отмѣчаетъ *Stegemann*. Die Vererbung eines Handelsgeschäftes 1903. S. 40. Die Frage nach dem Wesen der Firma ist eine der bestrittensten und, in der Tat, problematischsten des ganzen Handelsrechtes.

взглядъ, страннаго явленія нужно, повидимому, считать отмѣченное Эренбергомъ <sup>1)</sup> и нѣкоторыми другими авторами различіе въ экономическомъ и юридическомъ воззрѣніяхъ на сущность фирмы.

Юристы, въ своихъ воззрѣніяхъ на фирму, исходятъ изъ понятія о гражданскомъ имени и не могутъ въ достаточной степени отрѣшиться отъ этого понятія и во всѣхъ своихъ дальнѣйшихъ построеніяхъ. Воззрѣнія самихъ торгово-промышленныхъ дѣятелей и экономистовъ построены на другомъ началѣ: они усматриваютъ въ фирмѣ самое торговое дѣло, отождествляютъ этотъ терминъ съ торгово-промышленнымъ предпріятіемъ. Въ обыденной рѣчи постоянно употребляютъ слово фирма, когда говорятъ о торговомъ предпріятіи, и выраженія вроде «фирма хорошая», «эта фирма идетъ къ упадку» и т. п. весьма въ ходу на языкѣ участниковъ дѣлового оборота.

Описанное положеніе вещей нельзя считать нормальнымъ. Торговое право должно быть построено на фундаментѣ экономическихъ интересовъ, должно давать справедливое разрѣшеніе имъ при столкновении ихъ другъ съ другомъ. Въ частности, и въ вопросѣ о фирмѣ право не можетъ и не должно давать такую конструкцію, которая не совпадаетъ съ экономическою сущностью и значеніемъ фирмы въ торговомъ быту, а должно, наоборотъ, закрѣпить въ нормахъ закона жизненные воззрѣнія по этому предмету... Вѣдь, не жизнь существуетъ для права, а право для жизни!

Чтобы положить прочное и правильное основаніе ученію о фирмѣ во всѣхъ его деталяхъ, нужно дать надлежащее обоснованіе исходнымъ началамъ. Несмотря на кажущуюся теоретичность этой задачи, она имѣетъ глубокое практическое значеніе. Законъ только тогда достигаетъ своей цѣли, нормы его только тогда господствуютъ надъ пестрымъ хаосомъ жизни, когда правила права непогрѣнимы въ логическомъ дедукціи отъ общаго къ частному. Поэтому нужно, прежде всего, установить это общее при помощи индукціи изъ сырого и непосредственнаго жизненнаго матеріала. Вслѣдствіе этого прежде, чѣмъ перейти къ разсмотрѣнію воззрѣній на

<sup>1)</sup> V. Ehrenberg. Firma Conrad's Handwörterbuch der Staatswissenschaften. 1909. Bd IV. S. 322, 323.



фирму, проводимыхъ въ различныхъ законодательствахъ и въ теоретической литературѣ, слѣдуетъ выдѣлнить тотъ матеріалъ жизни, который является предметомъ подобныхъ обобщеній.

Правоотношенія, связанныя съ торговымъ именемъ или фирмою, весьма отличны отъ таковыхъ же, касающихся гражданскаго имени. Последнее тѣснѣйшимъ образомъ связано со своимъ носителемъ, а потому, во-первыхъ, имя непередаваемо, а, во-вторыхъ, каждый можетъ имѣть лишь одно имя. Въ сферѣ торговаго оборота наблюдаются обратныя явленія: имя становится объектомъ всякихъ сдѣлокъ *inter vivos* и *mortis causa*, но переносъ имени безъ предпріятія недопустимъ, а одинъ и тотъ же субъектъ можетъ быть обладателемъ нѣсколькихъ именъ. Мало того; расширяются самыя границы свободы выбора имени и, наряду съ употребленіемъ личныхъ наименованій (фамилій), оказываются въ ходу выдуманныя названія (т. е. предметныя или отвлеченныя фирмы).

Едва ли не первымъ по времени опредѣленіемъ въ законѣ понятія фирмы является ст. 15 германскаго общаго торговаго уложенія (1861 г.), дѣйствующаго и понынѣ въ Австріи. Этому примѣру послѣдовали и новое германское торговое уложеніе (1897 г., § 17) и кодексы нѣкоторыхъ другихъ государствъ (напр. Венгріи, Швеціи, Норвегіи <sup>1)</sup>). Германское торговое уложеніе говоритъ, что «фирма купца есть имя, подѣ которымъ онъ совершаетъ свои торговыя дѣла, и коимъ подписывается». Этому легальному опредѣленію свойственны два характерныхъ признака: 1) фирма есть имя купца и 2) всякаго купца какъ единоличнаго, такъ и коллективнаго.

Рядомъ съ этою группою законодательствъ стоитъ другая, пожалуй, даже болѣе многочисленная, но и болѣе устарѣлая, въ которой не существуетъ опредѣленія фирмы, а самый этотъ терминъ употребляется для обозначенія только имени коллективныхъ единицъ (разнаго рода товарищескихъ соединеній). Во главѣ этой группы

<sup>1)</sup> Въ Россіи этому примѣру послѣдовалъ сепаратный мѣстный законъ В. Кн. Финляндскаго (ст. 9 закона 2 мая 1895 г. о торговомъ реестрѣ, фирмѣ и неограниченной торговой довѣренности), а также и проектъ гражданскаго уложенія (ст. 585 т. II).

стоитъ старѣйшій торговый кодексъ—французскій,—ему слѣдуютъ уложенія латинскихъ странъ, а также Голландія, Швейцарія, Англія и Россія.

Французское право знаетъ лишь понятіе торгового имени (*nom commercial*). Означенный терминъ и обозначаемое имъ понятіе не нуждаются въ особомъ опредѣленіи, ибо въ основѣ его лежитъ понятіе о гражданскомъ имени, и только подъ вліяніемъ потребностей торгового оборота допускаются нѣкоторые отступленія отъ того правового режима, которому подчинено по французскому закону пользованіе и употребленіе гражданского имени. Для коллективныхъ единицъ, представляющихъ личныя соединенія (т. е. *sociétés des personnes*, а не *sociétés des capitaux*) просто имя (*nom*) замѣняется общественнымъ именемъ (*raison sociale*; art. 20, 21, 25 C. de Comm.). Последнее служитъ лишь для особаго обозначенія нѣсколькихъ гражданскихъ именъ, необходимаго ради указанія отдѣльнаго юридическаго существованія коллектива отъ составляющихъ его членовъ<sup>1)</sup>. Въ одной изъ своихъ статей (23) торговый кодексъ притомъ употребляетъ выраженіе *nom social* вмѣсто *raison sociale*. Наконецъ, въ отношеніи соединенія представителей капиталныхъ долей—акціонерной компаніи—французскій законъ (art. 29 и 30) устанавливаетъ, что последняя не можетъ пользоваться для своего обозначенія именами своихъ участниковъ (*n'existe point sous un nom social*), но называется путемъ указанія предмета своей дѣятельности. По мнѣнію комментаторовъ, только въ томъ случаѣ, если нѣсколько акціонерныхъ компаній занимаютъ однородною дѣятельностью, онѣ для различія другъ съ другомъ должны къ своему установленному закономъ обозначенію присоединить еще какую-либо индивидуальную прибавку. Эти названія составляютъ собственность акціонерныхъ компаній, но лишь настолько, поскольку грозитъ смѣненіе. Тамъ, гдѣ нѣтъ такой опасности, нѣтъ и исключительнаго права на названіе (напр., при разнородности дѣятельности акціонерныхъ предпріятій)<sup>2)</sup>.

<sup>1)</sup> *Lyon-Caen et Renoult* Manuel du droit commercial page 91 (№ 130).

<sup>2)</sup> *Alauzet*. Commentaire du Code de Comm. Vol. I, page 483.

Въ это первичное понятіе торговаго имени судебная практика внесла измѣненія. Самымъ крупнымъ изъ нихъ нужно признать безспорное установленіе возможности передачи имени вмѣстѣ съ предпріятіемъ владѣльца этого имени другому лицу. Прежняя практика признавала эту передачу временной въ цѣляхъ предупрежденія потери кліенты, причемъ суду было предоставлено устанавливать срокъ пользованія новымъ владѣльцемъ именемъ прежняго. Теперь отъ этого принципа отказались, и французская практика готова признать безусловную отчуждаемость торговаго имени <sup>1)</sup>. Это направленіе практической юриспруденціи даетъ основаніе нѣкоторымъ теоретикамъ утверждать, что *nom commercial* есть имя, даваемое владѣльцемъ своему предпріятію (*raison de commerce* <sup>2)</sup>).

Хотя наше законодательство и не содержитъ въ себѣ опредѣленія фирмы, но употребляетъ иногда этотъ терминъ. Такъ, прежде всего, въ прим. къ ст. 60 устава торговаго говорится о купцахъ, «производящихъ торговлю купеческими домами подъ фирмою», а въ ст. 220 и 221 устава гражданскаго судопроизводства указывается, что искъ къ компаніямъ, обществамъ и товариществамъ предъявляется по мѣсту нахожденія ихъ управленія или фирмы. Въ такомъ же родѣ выражается и уставъ судопроизводства торговаго (ст. 158), устанавливающий, что мѣстомъ жительства товарищества считается мѣсто нахожденія его фирмы.

Статья 2148 законовъ гражданскихъ (св. зак. т. X, 1 ч.), на подобіе ст. 29 и 30 французскаго кодекса, опредѣляетъ, что каждая акціонерная компанія должна быть учреждаема подъ опредѣлительнымъ именованіемъ, отъ предметовъ или свойства ея предпріятія заимствованнымъ.

Изъ приведенныхъ указаній закона видно, что понятіе фирмы можетъ быть относимо только къ торговому товариществу. Однако, въ противорѣчій съ этимъ выводомъ стоитъ какъ сенатская практика, такъ даже

<sup>1)</sup> *Oudinot*. De la transmission de la firme en droit allemand *Annales de droit commercial* 1912, page 367—369. *Stegemann*. Die Vererbung eines Handelsgeschäftes § 8.

<sup>2)</sup> *Volery*. *Maison de commerce et fonds de commerce*. *Annales de droit commercial* 1902.

и нѣкоторыя нормы закона. Напримѣръ, въ правилахъ о производствѣ маргарина, вошедшихъ въ уставъ о промышленности (прим. 2 къ ст. 258), упоминается (п. 5 означенныхъ правилъ) о фирмѣ заводчика, безотносительно къ тому, говорится ли объ единоличномъ, или коллективномъ предпріятіи. Равнымъ образомъ, и въ п. 4 ст. 3 уст. о векс. указывается, что вексель долженъ содержать въ себѣ, между прочимъ, и «означеніе фамилии или фирмы лица, которому вексель выдается». Затѣмъ, не употребляя самаго термина «фирма» ст. 161<sup>1)</sup> уст. о пром. (относящаяся къ товарнымъ знакамъ), говоритъ о наименованіи торговаго или промышленнаго предпріятія (всякаго, т. е. единоличнаго и коллективнаго).

Послѣднее указаніе закона является тѣмъ болѣе симптоматическимъ, что, по толкованію Сената, фирма есть вышнее названіе или имя, даваемое чинкомъ, производящимъ торговлю, своему торговому дѣлу или предпріятію<sup>1)</sup>. Кромѣ производства торговли на общемъ основаніи, подъ собственнымъ именемъ или фамилией торговый бытъ знаетъ и торговлю «подъ фирмой», т. е. или подъ извѣстнымъ названіемъ или подъ какимъ-либо именемъ и фамиліей, не зависящими отъ имени и фамилии хозяина торговаго предпріятія. Давъ приведенное поясненіе выраженію, приведенному, какъ это было выше указано, въ прим. къ ст. 60 уст. торг., Сенатъ поясняетъ, что, хотя нашъ законъ и говоритъ о фирмѣ только въ отношеніи товарищества, однако, нѣтъ и препятствій къ допущенію единоличной торговли тоже подъ фирмою<sup>2)</sup>. Изъ другихъ сенатскихъ рѣшеній видно, что право на пользованіе фирмою передаваемо и въ порядкѣ наследованія и посредствомъ договорныхъ соглашеній, но переходъ фирмы связанъ съ переходомъ торговаго предпріятія<sup>3)</sup>.

<sup>1)</sup> Сборникъ Вильсона № 96 (указъ по дѣлу Дуринца съ Бонъ отъ 8 дек. 1883 г.).

<sup>2)</sup> Сенатская практика по торговымъ дѣламъ Добровольскаго т. II стр. 113 (опред. по дѣлу Амлонга съ Форсремомъ, отъ 31 окт. 1891 г. № 1526).

<sup>3)</sup> Впрочемъ, какъ и по многимъ вопросамъ, получившимъ разъясненіе въ сенатской практикѣ, не обошлось и безъ уклоненій въ противоположную сторону, въ смыслъ признанія фирмы именемъ лица (сборникъ Гребнера рѣш. под . № 35).

Наконецъ, сравнительно недавно, въ 1909 году, Министерство Юстиціи, въ отвѣтъ на запросъ Министерства Торговли и Промышленности, установило свой взглядъ на сущность фирмы по русскому праву <sup>1)</sup>. «Хотя, утверждаетъ Министерство Юстиціи, въ дѣйствующемъ законодательствѣ не имѣлось точныхъ постановленій о томъ, является ли фирма именемъ предпріятія, или его хозяина, тѣмъ не менѣе, торговые обычаи и судебная практика всегда склонялись къ тому, что совпаденія гражданского имени купца съ фирмою не требуется ни при самомъ возникновеніи предпріятія, ни при переходѣ его къ другимъ лицамъ...».

Упомянувъ затѣмъ о передаваемости фирмы, Министерство Юстиціи, со ссылкой на приведенныя выше ст. 3 (п. 4) устава о векселяхъ и ст. 161<sup>16</sup> уст. о пром., утверждаетъ, что «въ настоящее время въ дѣйствующихъ законахъ установлено вполне опредѣленно, что фирма есть имя не купца, а дѣла».

Отъ этого, весьма краткаго, обзора воззрѣній европейскаго законодательства и судебной практики на сущность фирмы нужно обратиться къ разсмотрѣнію тѣхъ выводовъ, которые, на фундаментѣ этого матеріала, сдѣланы теоріей.

Господствующее ученіе признаетъ фирму именемъ владѣльца торгово-промышленнаго предпріятія или, говоря болѣе обще, именемъ лица въ сферѣ его торгово-промышленной дѣятельности. По мнѣнію меньшинства писателей, фирма есть названіе предпріятія. Однако, въ воззрѣніяхъ на юридическую природу предпріятія и на соотношеніе фирмы къ предпріятію замѣчается разнорѣчіе. Одни, отождествляя фирму съ предпріятіемъ, считаютъ послѣднее за субъектъ права, другіе, характеризуя фирму, какъ одинъ изъ элементовъ предпріятія, видятъ въ таковомъ особый объектъ права. Наконецъ, существуетъ и эклектическое ученіе, согласно которому фирма не имя купца или промышленника, не названіе торгово-промышленнаго предпріятія, а что то среднее, различно опредѣляемое различными авторами.

Представители господствующей теоріи, въ сущности,

<sup>1)</sup> Русское Слово 1 сентября 1909 г. № 200, статья «Важное разъясненіе».

весьма мало занимаются прямым обоснованием своего учения. Они ссылаются на опредѣленія положительнаго закона, въ особенности, на § 15 германскаго торговаго уложенія, и аргументируютъ отъ противнаго, т. е. доказываютъ неприемлемость теоріи признанія фирмы—названіемъ предпріятія. Въ этомъ послѣднемъ отношеніи они указываютъ, что переходъ фирмы съ предпріятіемъ факультативенъ, а не обязательенъ, а между тѣмъ, если допустить, что фирма—название послѣдняго, то переходъ фирмы съ предпріятіемъ долженъ совершаться *ipso iure*. Далѣе, въ нѣкоторыхъ государствахъ переходъ предпріятія отражается на сложеніи фирмы особою прибавкою, показывающей смѣну владѣльца—если фирма—название предпріятія,—то это правило было бы излишне. Засимъ, фирма должна была бы исчезать съ прекращеніемъ предпріятія, а между тѣмъ, владѣлецъ исчезнувшаго предпріятія, а равно всякое третье лицо, можетъ использовать вновь фирму такого прекратившагося торгово-промышленнаго дѣла, наконецъ, если фирма есть имя предпріятія, то не могло бы быть одной общей фирмой для нѣсколькихъ предпріятій или переноса той же фирмы съ одного предпріятія на другое <sup>1)</sup>.

Критика этихъ соображеній представителей персонификальной теоріи была бы здѣсь не у мѣста, ибо слабыя стороны приведенныхъ аргументовъ выяснятся сами собой, если разобратся надлежащимъ образомъ въ понятіи предпріятія и выяснить значеніе фирмы для этого послѣдняго.

Но, прежде, чѣмъ перейти къ изложенію взглядовъ тѣхъ писателей, которые приурочиваютъ фирму къ предпріятію, слѣдуетъ сказать два слова о компромиссныхъ теоріяхъ.

Фирма, говоритъ Völderndorff <sup>2)</sup>, есть имя торговаго предпріятія, однако, только постолько, поскольку оно

<sup>1)</sup> Изложенныя здѣсь соображенія давно уже стали общимъ мѣстомъ всѣхъ юридическихъ работъ о фирмѣ. Хорошо изложены они у *Loewental* *Das Firmenrecht* 1899, § 3 и у *Marx*, *Firmenrechtliche Grundbegriffe*, 1912 Въ русской литературѣ наибольшее вниманіе посвятили этому вопросу *Каминка* въ своихъ очеркахъ по торговому праву, стр. 118—139.

<sup>2)</sup> Вѣ *Endemann's Handbuch des deutschen Handels-See- und Wechselrechtes* Bd. I. S. 192, 193.