الضوابط القانونية لاختيار الاسم التجاري

م.م عبيده جليل إبراهيم

كلية الكوت الجامعة، قسم القانون

obaida.jalil@alkutcollege.edu.iq

م.م عباس نعمه محسن

كلية الكوت الجامعة، قسم القانون،

abbas.neamah@alkutcollege.edu.iq

Legal controls for choosing a trade name

Assist. Lecturer.Obaida Jalil Ibrahim
Kut University College, Law Department,
Assist. Lecturer. Abbas Nehme Mohsen
Al-Kut University College, Law Department,

المستخلص/ يُعد الاسم التجاري من أهم عناصر التجار, إذ يعمل على تمييز المحل التجاري والشركة التجارية عما قد يُشتبه بهم من محلات وشركات تجارية تمارس ذات النشاط التجاري, حيث يسعى التاجر إلى تكوين اسمه التجاري المميز لمحله التجاري لأنه يُعد عنصر التقاء ذلك التاجر بعملائه, أي يُعد حلقة الوصل بين المحل التجاري والزبون, يتكون الاسم التجاري من عناصر غير مرئية وشروط قانونية يجب أن تتوفر في تلك العناصر, لذلك يجب أن يتكون الاسم التجاري من تلك العناصر ووفق لتلك الشروط إذا ما أُريد اعتباره اسماً تجارياً قانونياً, يهدف البحث إلى تمكين التاجر والشركة التجارية من اختيار عناصر اسمائهم التجارية وفقاً للعناصر التي نص عليها القانون, ومراعاة الشروط القانونية الواجب توافرها في تلك العناصر المكونة للاسم التجاري, حتى لا يقع التاجر أو الشركة في ما من شأنه إبطال قانونية ذلك الاسم التجاري. **الكلمات المفتاحية:** الاسم المدني للتاجر, الاسم المستعار للتاجر, العنوان التجاري, عناصر المحل التجاري.

Summary /The trade name is one of the most important elements of merchants, as it works to distinguish the commercial store and the commercial company from the shops and commercial companies that may be suspected of doing the same business. The connection between the shop and the customer. The trade name consists of invisible

elements that make up the trade name and legal conditions that must be met in those elements, so the trade name must consist of those elements and according to those conditions if it is to be considered a legal trade name. The research aims to enable the merchant and the commercial company to choose the elements of their trade names according to the elements stipulated by the law, and taking into account the legal conditions that must be met in those elements that make up the trade name, so that the merchant or the company does not fall into something that would invalidate the legality of that trade name. **Keywords:** the civil name of the merchant, the pseudonym of the merchant, the commercial address, the elements of the commercial shop.

المقدمة

تُعد المنافسة الحرة المشروعة من أساسيات الأسواق التجارية, ومن مستلزمات تطور تلك الأسواق, لذا فإن المشروعات التجارية وكذلك الصناعية في مختلف البلدان تسعى إلى كسب كل ما من شأنه خوض ميدان المنافسة والصمود فيه والأهم من ذلك هو تنظيم تلك المنافسة وجعلها منافسة مشروعة داخل تلك الأسواق, ومن وسائل تحقيق هذه الغاية هي حقوق المليكة التجارية, والتي تمكن التاجر من الاتصال بسوق المستهلكين, ومن أوجه هذه الملكية المتجر أو المحل التجاري.

ويُعد المتجر أو المحل التجاري ظاهرة ليست بحديثة, وإنما ظهرت قديماً منذ أن وجدت حاجة التجار إلى سوق يمارسون فيه تجارتهم, ثم ظهرت هنالك حاجة إلى أدوات تؤدي الغرض من ممارسة تلك التجارة وهذه هي فكرة المتجر قديماً, إلا ان هذه الفكرة تطورت, حيث أصبح للمتجر مفهوم معنوياً معقداً بعض الشيء عن الفكرة القديمة, وتجسدت للمتجر فكرة غير مادية أساسها عناصر معنوية رئيسية بالإضافة للعناصر المادية. إن ما يخص بحثنا هو عنصر من العناصر الغير مادية للمتجر وهو (الاسم التجاري).

وبالرغم من أن التشريع العراقي قد أفرد تشريع خاص بالأسماء التجارية وهو نظام الأسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥. كما أن المشرع العراقي وفي قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤, قد خصص بعض المواد الخاصة بالتصرف بالأسم التجاري, إلا أن ذلك يُعد قصور على المشرع العراقي, كون أنه ومع وجود تشريع ومواد قانونية خاصة بالاسم التجاري لم يوفق في معالجة تنظيم ذلك العنصر المهم في المتجر من ناحية كيفية اختياره وفقاً للضوابط القانونية, كما أن من أبواب القصور لدى المشرع هو اشتراط بعض

الشروط التي لم تعد تناسب العولمة والتطور في سوق التجارة العالمي وهذا ما سنعالجه في مضمون بحثنا, وما يعلل ذلك هو قدم التشريع الخاص بالاسم التجاري وعدم تحديثه وفقاً لمتطلبات التجارة الحديثة, لذلك ارتأينا أن نبحث موضوعنا تحت عنوان (الضوابط القانونية لإختيار الاسم التجاري).

أولاً: أهمية البحث: تبرز أهمية البحث من خلال القيمة السوقية والاقتصادية التي يتمتع بها الاسم التجاري, بإعتباره من بين أهم عناصر المتجر أو المحل التجاري الذي يُعد ركن من أركان التجارة, فالشهرة التي يتمتع بها الاسم التجاري والمتأتية من ثقة جمهور العملاء, لا تقل أهمية عن عناصر المحل التجاري المادية كالبضائع.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع: إن من أسباب اختيار الموضوع هو قلة الكتابات في ضوابط اختيار الاسم التجاري, مقارنة بأهمية هذا العنصر من بين عناصر المحل التجاري, خصوصاً وهو يرتبط ارتباط وثيق بعنصر الزبائن, والذي يُعد جوهر المحل التجاري أو المتجر, لذلك ارتأينا أن نجمل هذه الضوابط, (شروط وعناصر) ونضعها بين يديّ المهتمين في موضوعات الاسماء التجارية.

ثالثاً: إشكالية البحث: تكمن إشكالية البحث في (ماهية الضوابط القانونية التي يمكن من خلالها تكوين اسم تجاري بالشكل القانوني, ثم وهل هذه الضوابط هي واحدة بين التشريع العراقي وبعض التشريعات العربية أم لكل تشريع له ضوابط تختلف عن التشريع الآخر؟).

رابعاً: منهجية البحث: انتهجنا في هذا البحث, المنهج التحليلي والمنهج المقارن, فمن جانب نحلل النصوص القانونية في التشريع العراقي التي نظمت الاسم التجاري ونحاول أن نحدد مواضع الضعف لدى المشرع العراقي ونقدم الحلول التي تعالج ذلك, ومن جانب آخر نقارن مع بعض التشريعات العربية من حيث التشابه والاختلاف في تحديد تلك الضوابط ما بين التشريع العراقي وتشريع بعض الدول محل المقارنة.

خامساً: تقسيم البحث: المبحث الأول: ماهية الاسم التجاري.

المطلب الأول: تعريف الاسم التجاري.

الفرع الأول: التعريف القانوني.

الفرع الثاني: التعريف الفقهي.

المطلب الثاني: تمييز الاسم التجاري عما يشتبه به.

الفرع الأول: تمييز الاسم التجاري عن العلامة التجارية.

الفرع الثاني: تمييز الاسم التجاري عن البيان التجاري.
المبحث الثاني: أسس وضوابط اختيار الاسم التجاري.
المطلب الأول: عناصر تكوين الاسم التجاري.
الفرع الاول: الاسم المدني للتاجر.
الفرع الثاني: الاسم المستعار للتاجر.
الفرع الثالث: عناصر الاسم التجاري للشركات.
المطلب الثاني: الشروط القانونية للاسم التجاري.
الفرع الاول: شرط الصفة المميزة.
الفرع الثاني: شرط المشروعية.
الفرع الثالث: شرط الجدة.
الفرع الرابع: شرط اللغة العربية.
الخاتمة المصادر والمراجع.

المبحث الأول: ماهية الاسم التجاري.

عند ممارسة أي شخص للتجارة سواء أكان طبيعي أم معنوي, فإن ذلك يتطلب أن يتخذ هذا الشخص اسماً تجارياً, يمارس بموجبه تجارته ويُعرف على أساسه في الوسط التجاري ويُعتبر دليله الذي يميز محله التجاري[1].

وطالما كانت الحياة التجارية جزءً لا يتجزأ من الحياة المدنية فمن الضروري أن يتدخل القانون لينظم عناصرها, والتي يُعد الاسم التجاري العنصر الأبرز من بين عناصرها. لذلك سنتناول هذا المبحث من خلال مطلبين, نخصص الأول منه إلى تعريف الاسم التجاري, ثم ننتقل إلى المطلب الثاني لنتناول فيه تمييز الاسم التجاري عما يشتبه به.

المطلب الأول: تعريف الاسم التجاري: تكمن أهمية تعريف الاسم التجاري من خلال رفد التاجر بما يمكنه من اختيار الاسم الذي سيميز متجره أو محله التجاري وسيرافق ذلك المتجر طول مدة حياته في الوسط التجاري, لذلك يتطلب منا أن ندلل المقصود بالاسم التجاري لتسهيل معرفته, وهذا ما سنتناوله في فرعين, نخصص الأول لتعريف الاسم التجاري قانوناً, ونخصص الثاني لتعريف الاسم التجاري فقهاً.

([1]) د. عبدالعظيم حسن, الأسماء التجارية في التشريعات العربية, شركة مطابع السودان للعملة المحدودة, ٢٠١٦, ص ٢٠.

الفرع الأول: التعريف القانوني: ان المشرع العراقي لم يعرف الاسم التجاري لا من خلال نظام الأسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥, ولا من خلال قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤. على خلاف ما فعل مع العلامة التجارية[١].

إلا ان المشرع العراقي اشار في الفقرة الأولى من المادة الواحدة والعشرون من قانون التجارة إشارة بسيطة حول وظيفة الاسم التجاري باعتباره يميز النشاط التجاري للتجار[٢].

ويُعد ذلك قصور من المشرع العراقي كان يجب عليه تلافيه سواء في متن تشريع نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري أو قانون التجارة, وأن يردف ذلك القصور بتعديل يصوب فيه ذلك الخلل, وذلك لكي لا يترك أمر تحديد مفهوم الاسم التجاري للفقه والقضاء, ليس تقليلاً من شأنهم وإنما تلافياً للتناقضات التي قد تقع لتحديد مفهوم هذا العنصر المهم للمحل التجاري. وبما أن التشريع العراقي قد خلى من تعريف الاسم التجاري لذلك سنلجأ إلى تعريف الاسم التجاري من خلال التشريعات العربية.

فعرفه المشرع الاردني في قانون الأسماء التجارية رقم (٩) لسنة ٢٠٠٦, إذ جاء في نص المادة الثانية ما يلي "الاسم التجاري: الاسم الذي يختاره الشخص لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات والذي يتكون من تسمية مبتكرة أو من اسم الشخص أو لقبه أو منها جميعاً ومع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه".

كما عرفه المشرع البحريني في نص المادة الاولى من قانون الأسماء التجارية رقم (١٨) لسنة ٢٠١٢ إذ نص " الاسم التجاري: الاسم الذي يستخدمه التاجر في مزاولة تجارته لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات، ويوقع به على معاملاته ويضعه على أوراقه لإعلام العملاء والغير بصدورها عن هذا التاجر" أما المشرع اليميني فعرف الاسم التجاري من خلال نص المادة الثانية من قانون الاسماء التجارية رقم (٢٠) لسنة ٢٠٠٣ إذ جاء فيها "الاسم التجاري: الاسم الذي يستخدمه التاجر فرداً كان أو مؤسسة أو شركة لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية".

وعرفه المشرع الفلسطيني أيضاً في نص المادة الثانية من قانون تسجيل الأسماء التجارية رقم (٣٠) لسنة ١٩٥٣ إذ جاء فيها "(الاسم التجاري) الاسم أو اللقب المستعمل في أية تجارة سواء بصفة شركة عادية أم بغير ذلك".

(١) راجع نص المادة الأولى من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧المعدل.
(٢) راجع نص الفقرة الاولى من المادة الواحدة والعشرون من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤.

ومن خلال مقارنة جميع النصوص القانونية سابقة الذكر حول تعريف الاسم التجاري نراها جميعاً تنصب حول أمر أساسي مفاده أن يؤدي هذا الاسم وظيفة تمييز المحل التجاري أو المتجر عن غيره من المحال التجارية, إلا أن التشريع الاردني توسع في التعريف ليدخل العناصر التي يتكون منا الاسم التجاري في التعريف, أما المشرع البحريني فأدخل بعض الوظائف التي يقوم بها الاسم التجاري في متن نص التعريف.

الفرع الثاني: التعريف الفقهي: عُرف الاسم التجاري بتعاريف متعددة سنحاول سردها وإجمالها وكالآتي: عرفه الأستاذ الدكتور أكرم ياملكي "هو ذلك الاسم الذي يُطلق على المشروع التجاري لتعريف جمهور زبائن العملاء به وجلبهم إليه, ويُتخذ في الغالب لافتة لجذب النظر إلى ذلك المشروع وتمييزه عن غيره من المتاجر في السوق التجار"[١].

وعرف الاسم التجاري أيضاً, أنه ذلك الاسم الذي يتخذه التاجر لمتجره, وذلك لأجل تمييز ذلك المتجر عن المحال المماثلة والمشابهة له في السوق التجاري[٢].

ومن التعاريف الواردة حول الاسم التجاري, هو ذلك الاسم الذي يباشر به التاجر أعماله التجارية كما يعتمده في ممارسة المهنة التجارية الخاصة به[٣].

كما عرفه الاستاذ الدكتور باسم محمد صالح, أن المقصود بالاسم التجاري كل تسمية أو مصطلح يزاول بموجبها النشاط التجاري من قبل الأشخاص سواء أكانوا طبيعيين أم معنويين[٤]ومن خلال المقارنة بين جميع ما ذكر من تعاريف للاسم التجاري سواء التشريعية أم الفقهية, نلاحظ أن جميعها تركز حول أمر أساسي ومهم للاسم التجاري, وهو أن يكون غاية إنشاء ذلك الأسم لتمييز متجر عن متجر أو محل تجاري عن آخر, حتى أن بعض النصوص التشريعية توسعت في التعريف لتذكر وظائف الاسم التجاري كالمشرع البحريني, لذا يكمن أن نجمع جميع التعاريف بتعريف جامع مختصر وهو (كل تسمية يراد بها تمييز المحل التجاري عن المحال التجارية المنافسة له في السوق).

---

(١) د أكرم ياملكي, الوجيز في شرح القانون التجاري العراقي, ج١,شركة الطبع والنشر الأهلية, بغداد, ١٩٦٦-١٩٦٧, ص ٢٠٩.

(٢)د سميحة القليوبي, الوسيط في شرح قانون التجارة المصري,ج١,دار النهضة العربية,القاهرة, ٢٠١٢, ص٣١٥

(٣) أ.د مصطفى كمال طه,أساسيات القانون التجاري,ط٣,منشورات الحلبية الحقوقية,بيروت,٢٠١٧, ص٦٨٧.

(٤) أ.د باسم محمد صالح, القانون التجاري, القسم الأول, المكتبة القانونية, بغداد, بدون سنة نشر, ص١٣٦.

المطلب الثاني: تمييز الاسم التجاري عما يشتبه به: غالباً ما يحدث الخلط بين الاسم التجاري والعناصر الأخرى للمحل التجاري, كالعلامة التجارية والبيان التجاري, ولعل ما يبرر ذلك هو التقارب بالمفهوم بين كل من الاسم التجاري وعناصر المتجر سابقة الذكر, وعلى الوجه الخصوص العلامة التجارية, الأمر الذي يتوجب معه بيان التمييز بين الاسم التجاري وهذه العناصر[١] لذلك سنبحث هذا المطلب في فرعين , نتناول في الفرع الأول التمييز بين الاسم التجاري والعلامة التجارية, ثم نعالج في الفرع الثاني التمييز بين الاسم التجاري والبيان التجاري.

الفرع الأول: تمييز الاسم التجاري عن العلامة التجارية: يُعد الاسم التجاري والعلامة التجارية من الإشارات المميزة, حيث يعرف الاسم التجاري كل تسمية يراد بها تمييز المحل التجاري عن المحال التجارية المنافسة له في السوق, أما العلامة التجارية فتُعرف بأنها كل إشارة قابلة للتمييز يتم وضعها على بضائع التاجر أو الخدمات التي يقدمها لتمييزها عن غيرها من البضائع والخدمات التي تشبهها في السوق[٢].

إذاً ومن خلال ما تقدم نرى أن الاسم التجاري يختلف عن العلامة التجارية من حيث محل التمييز, فمحل التمييز بالنسبة للاسم التجاري هو المحل التجاري أو النشاط التجاري, وهذا ما أشارت إليه صراحة المادة الواحدة والعشرون من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤, إذ جاء في الفقرة الأولى منها "على كل تاجر, شخصاً طبيعياً كان أو معنوياً أن يتخذ لتمييز نشاطه التجاري اسماً تجارياً مختلفاً بوضوح عن غيره من الأسماء التجارية".

أما محل التمييز في العلامة التجارية هي البضاعة أو السلعة أو الخدمة التي يقدمها ذلك المحل التجاري عن غيرها من سلع وخدمات المحال التجارية الأخرى, وهذا ما أكدته المادة الأولى من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل, بمناسبة تعريفه للعلامة التجارية إذ جاء فيها, "العلامة التجارية– أي اشارة أو مجموعة من الاشارات يمكن أن تشكل علامة تجارية يمكن من خلالها التمييز بين سلع مشروع ما عن سلع مشاريع أخرى.....".

(١) د. خالد محمد سيد إمام, الحق في الأسم التجاري, الطبعة الأولى, مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع, القاهرة, ٢٠١٦, ص٥٣.

(٢) الاستاذ حمادي زوبي, الحماية القانونية للعلامات التجارية, الطبعة الاولى, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, ٢٠١٢, ص٣٦.

الفرع الثاني: تمييز الاسم التجاري عن البيان التجاري: عرف المشرع العراقي البيان التجاري من خلال نص المادة الواحدة والثلاثون من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل حيث جاء فيها "يعتبر بياناً تجارياً كل ايضاح يتعلق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بما يأتي: ....." ثم أوردت تعداد لنوع البضاعة وعددها ومقدارها وغيرها من البيانات التي تدخل ضمن مفهوم البيان التجاري[١].

وبالرجوع إلى بعض التشريعات العربية[٢],نرى أن غالبية تلك التشريعات عرفت البيان التجاري, وان جميع تلك التعريفات جاءت مشابهة لتعريف المشرع العراقي, فيما عد بعض الجزئيات الثانوية التي تخص العناصر التي تدخل في مفهوم البيان التجاري.

ويختلف الاسم التجاري عن البيان التجاري من أوجه عدة, من حيث الاستئثار فالتاجر له حق أن يستأثر باستعمال اسمه التجاري, أي ان يكون له حق اختصاص على اسمه التجاري, أما البيان التجاري فلا يمكن للتاجر أن يمارس عليه حق الاختصاص, حيث يحق لجميع التجار الذي يتاجرون بنفس البضائع أو المنتجات أن يستعملوا ذلك البيان[٣].

كما يختلف الاسم التجاري عن البيان التجاري من حيث التنظيم القانوني لهما, فالاسم التجاري ينظم وفقاً لقانون أو نظام الاسماء التجارية, أما البيان التجاري فينظم وفقاً لقانون البيانات التجارية والذي غالباً ما يكون ملحق بقانون العلامات التجارية.

وأخيراً يختلف الاسم التجاري عن البيان التجاري من حيث الوظيفة التي يؤديها كلٍ منهما, فالاسم التجاري كما ذكرنا سابقاً يميز المحل التجاري عن غيره من المحال التجارية في السوق التجاري, أما البيان فيقوم بإعطاء المعلومات الكافية عن مصدر المنتج أو طريقة تصنيعه أو مقداره أو وزنه وذلك لكي لا يقع المستهلك في أي خطأ ممكن أن يُلبس عليه بيان المنتج[٤].

---

(١) للتفصيل أكثر راجع نص المادة الواحدة والثلاثون من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧المعدل.

(٢) راجع نص المادة ١٠٠ من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢. وأيضاً نص المادة ٢٩ من قانون العلامات والبيانات التجارية القطري رقم (٩)لسنة ٢٠٠٢. وأيضاً المادة ٢٥ من قانون العلامات والبيانات التجارية العُماني رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٧.

(٣) د. خالد محمد سيد إمام, النظام القانوني للاسم التجاري, ط١, دار النهضة العربية, القاهرة, ٢٠١٥, ص٤٧.

(٤) د. خالد محمد سيد إمام, الحق في الاسم التجاري, مصدر سابق, ص ٧١.

المبحث الثاني: أسس وضوابط اختيار الاسم التجاري

بعد أن تطرقنا إلى ماهية الاسم التجاري, يجب أن نبين الكيفية التي تتم من خلالها اختيار ذلك العنصر, خصوصاً وان هذه الكيفية تُعد جوهر البحث, فالتجار له متسع من الحرية في اختيار اسمه التجاري الذي يروم إلى اختياره لتمييز محله التجاري, إلا ان هذه الحرية ليست مطلقة وإنما مقيدة بقيود أوجبها القانون, إذ هنالك عناصر وشروط يجب على التاجر التقيد بها[١], لذا سنبحث الموضوع في مطلبين, نخصص المطلب الاول لعناصر الاسم التجاري, ثم نخصص المطلب الثاني للشروط القانونية الواجب توافرها في الاسم التجاري.

المطلب الأول: عناصر تكوين الاسم التجاري: إن القاعدة الأساسية في عملية اختيار الاسم التجاري, هي عبارة عن حق مطلق للتاجر مالك الاسم, وبناءً على ذلك لا يجوز لأي أحد أن يتدخل في عملية الاختيار, طالما لم يخالف الاسم التجاري قاعدة قانونية, مما يعني امكانية اختيار الاسم التجاري وفقاً لأي طريقة يرغب فيها التاجر[٢].

إلا ان هذا لا يعني ترك الأمر برمته للتاجر في اختيار اسمه التاجر بإدخال ما يشاء من العناصر المكونة له, فهنالك عناصر محددة وفق القانون تدخل في تكوين هذا العنصر, لذا سنبحث هذا المطلب في فروع ثلاث, نتناول في الفرع الاول عن عنصر الاسم المدني للتاجر, ثم ننتقل للفرع الثاني لنعالج فيه عنصر الاسم المستعار, وأخيراً نبحث في الفرع الثالث عناصر الاسم التجاري للشركات.

الفرع الاول: الاسم المدني للتاجر: يعرف الاسم المدني, هو ذلك الاسم الذي يميز الشخص عن غيره, ويتكون من اللقب أو الاسم العائلي أو أسم الاسرة التي ينتمي إليها الشخص[٣].

وبإمكانية دخول الاسم المدني كعنصر من عناصر الاسم التجاري, إذ نص المشرع العراقي في المادة ٢٢ من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ على "يجوز للتاجر الفرد ان يتخذ من اسمه الثلاثي أو اسمه ولقبه أو أية تسمية أخرى ملائمة اسماً تجارياً".

---

(١) راجع على سبيل المثال نص المادة ٢١ من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤, وأيضاً المواد (٤,٥,٦,٧) من قانون الاسماء التجارية المصري رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١, وأيضاً نص المادة ٢ من قانون الاسماء التجارية البحريني رقم (١٨) لسنة ٢٠١٢.

(٢) د. عبد العظيم حسن, مرجع سابق, ص ١٨٩.

(٣) أ.د مصطفى كمال طه, أساسيات القانون التجاري, مرجع سابق, ص ٦٨٨.

من خلال النص السابق يتضح لنا أن الاسم التجاري يمكن أن يتكون من الاسم المدني للتاجر, وفي هذا الصدد يُعلق الاستاذ الدكتور باسم محمد صالح "بهذه الصورة قد يختلط الاسم المذكور والعنوان التجاري"[١].

ونحن بدورنا نعلق على رأي الاستاذ الدكتور باسم محمد صالح, إذ نقول أن مثل هذا الخلط واللبس بين الاسم التجاري والعنوان التجاري لم يُعد موجود لسببين, الأول أن العنوان التجاري لم يُعد منظم قانونياً في التشريع العراقي الحالي, حيث أن أخر تشريع تجارة عراقي نظم العنوان التجاري هو قانون التجارة العراقي رقم (٦٠) لسنة ١٩٤٣الملغى بنصه في المادة ٣٤ منه على "على كل تاجر أن يجري معاملاته ويوقع أوراقه المتعلقة بالتجارة باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري".

أما السبب الثاني فإن الوظيفة التي كان يؤديها العنوان التجاري والمنصوص عليها في المادة ٣٤ من قانون التجارة الملغي المشار إليه, وهي التوقيع على المعاملات التجارية, قد الحقت بالاسم التجاري, رغم عدم النص صراحة عليها في القانون التجاري إلا ان هذا هو الدارج في النشاط التجاري وفيما يخص التشريعات العربية سنأخذ القانون المصري مثال في امكانية تكوين الاسم التجاري من الاسم المدني إذ نصت المادة الأولى من قانون الأسماء التجارية المصري رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١ على الآتي "على من يملك بمفرده محلاً تجارياً أن يتخذ اسمه الشخصي عنصراً اساسياً في تكوين أسمه التجاري".

وبناءً على نص المادة السابقة نرى أن المشرع المصري ألزم التاجر على ضرورة أن يكون الاسم المدني من العناصر الاساسية للاسم التجاري للتاجر, على خلاف المشرع العراقي الذي جعله امكانية تكوين الاسم التجاري للتاجر من الاسم المدني أمر متروك للتاجر فهو أجاز بذلك ولم يوجب. ويرى الباحث حسناً ما ذهب إليه المشرع العراقي بأن جعل امكانية دخول الاسم المدني كعنصر من عناصر الاسم التجاري أمر اختياري للتاجر, وذلك لأن التاجر هو صاحب الحق في تكوين اسمه التجاري الذي يرغب فيه لأنه يعد حلقة الوصل بينه وبينه زبائنه.

الفرع الثاني: الاسم المستعار للتاجر: يعرف الاسم المستعار بأنه: ذلك الاسم الذي يطلقه الشخص على نفسه في مباشرته نشاطاً اما أدبياً أو فنياً أو صحفياً أو سياسياً أو دينياً[٢],

(١) أ.د باسم محمد صالح, القانون التجاري, القسم الاول, مرجع سابق, ص ١٣٧.
(٢) أ.د علي حسين نجيدة, المدخل لدراسة القانون, دار الفكر العربي, القاهرة, بدون تاريخ نشر, ص ١٣٧.

وعند الكلام على الاسم المستعار بوصفه عنصراً من عناصر الاسم التجاري, نرى أن المشرع العراقي قد نص على ذلك, إذ جاء في الفقرة الثانية من المادة الثانية من نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥ "للتاجر أن يتخذ لتمييز نشاطه اسماً مبتكراً أو مستعاراً مختلفاً بوضوح عن غيره من الأسماء التجارية المسجلة".

كما أن المشرع اللبناني نص على امكانية تكوين الاسم التجاري من الاسم المستعار, إذ نص في المادة (٧١٥) من قانون العقوبات اللبناني رقم ٣٤٠ لسنة ١٩٤٣ والتي جاء فيها "ينعت بالاسم التجاري: ..... ٣- الاسم المستعار الذي يتكنى به التاجر أو صاحب المصنع أو المزارع أو المستثمر"كما وان بعض التشريعات العربية المنظمة للاسم التجاري نصت على جواز تكوين الاسم التجاري من الاسم المستعار[١].

ومن خلال ما تقدم يتبين لنا أنه يمكن أن يكون الاسم المستعار أحد العناصر التي تدخل في تكوين الاسم التجاري, ولكن يشترط في الاسم المستعار توافر كيفية معينة حتى يصح استخدامه كعنصر من عناصر الاسم التجاري وهي كالآتي:

١- يجب أن يكون الاسم المستعار متكون قبل تكوين الاسم التجاري, كما يجب أن يكون مختلف عن اسم التاجر الحقيقي, كما يجب أن يتمتع باستعمال طويل بحيث يكون محدد وظاهر لعموم الجمهور[٢], كما يجب أن يكون حقيقياً ودالاً على استخدامه كاسم تجاري, كما يشترط أن لا يكون الاسم المستعار معروف به تاجر آخر لأن في ذلك تضليل لجمهور العملاء[٣].

٢- أن يكون الاسم المستعار معترفاً به بواسطة الغير والجمهور, أي أن يكون معروفاً تحت هذا الاسم, كما يفترض أن يكون مستعملاً بواسطة صاحبه مدة طويلة تمكنه أن يكون لصيق به ومكرس بواسطة الإعلان[٤].

---

(١) راجع على سبيل المثال نص المادة ١٨ من قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩. كذلك نص المادة الرابعة من قانون الاسماء التجارية اليمني رقم (٢٠) لسنة ٢٠٠٣ والذي جاء فيه الاسم المستعار تحت عنوان (الاسم المبتكر).

(٢) د. خالد محمد سيد امام, الحق في الاسم التجاري, مرجع سابق, ص١١٩.

(٣) د. عاطف محمد الفقي, الحماية القانونية للاسم التجاري, دار النهضة العربية, القاهرة, ٢٠٠٧, ص ٢٢.

(٤) د. خالد محمد سيد امام, النظام القانوني للاسم التجاري, مرجع سابق, ص ٩٥.

ونرى أن كان على المشرع العراقي وكذلك بعض التشريعات التي أقرت صراحة إمكانية تكوين الاسم التجاري من الاسم المستعار, أن تبين المقصود بالاسم المستعار, وتضع الضوابط التي يمكن من خلالها اللجوء إلى ذلك الاسم لإدخاله في الاسم التجاري.

الفرع الثالث: عناصر الاسم التجاري للشركات: تختلف العناصر التي يتكون منها الاسم التجاري للشركات التجارية بحسب نوع نشاط كل شركة وأيضاً بحسب شكل كل الشركة, وبشكل عام فإن الشركات تقسم ما بين شركات أشخاص وشركات أموال, لذلك سنتطرق إلى عناصر الاسم التجاري للشركة التضامنية بإعتبارها أهم شركة من بين شركات الاشخاص والى عناصر الاسم التجاري للشركة المساهمة بإعتبارها هي الأساس من بين شركات الأموال.

أولاً: عناصر الاسم التجاري للشركة التضامنية: تُعد الشركة التضامنية من الشركات التي تقوم على الاعتبار الشخصي بين الشركاء, أي ان لشخصية الشريك أهمية بالغة, لذلك يتكون الاسم التجاري للشركة التضامنية من عنوان يضم أسماء جميع الشركاء أو اسم أحدهم أو بعض منهم[1] وهذا ما نصت عليه المادة ٢٣ من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ حيث جاء فيها "يجب أن يدل الاسم التجاري للشركة على نوعها وان يحتوي في الأقل على اسم احد الشركاء ان كانت شركة تضامنية أو بسيطة أو مشروعاً فردياً" كما نص على ذلك أيضاً المشرع اللبناني, من خلال نص المادة ٥٤ من القانون التجاري اللبناني رقم (٣٠٤) لسنة ١٩٤٢ حيث جاء فيها "يتألف عنوان الشركة من اسماء جميع الشركاء او من اسماء عدد منهم مع اضافة كلمة (شركاؤهم).....".

ثانياً: عناصر الاسم التجاري للشركة المساهمة: لم ينص المشرع العراقي صراحةً على العناصر التي تدخل في تكوين الاسم التجاري للشركة المساهمة, ولكن بالرجوع إلى أحكام تأسيس الشركة المساهمة نرى أن المشرع العراقي نص في المادة السادسة من قانون الشركات العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل والتي جاء فيها "أولاً- الشركة المساهمة المختلطة أو الخاصة, شركة تتألف من عدد من الأشخاص لا يقل عن خمسة يكتتب فيها المساهمون باسهم في اكتتاب عام ويكونون مسؤولين عن ديون الشركة بمقدار القيمة الاسمية للاسهم التي اكتتبوا بها", كما وان المشرع اللبناني نص في المادة ٧٧ من القانون التجاري اللبناني رقم

(١) القاضي د.الياس ناصيف,المؤسسة التجارية, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, ط١, ٢٠١٧, ص٥٦٠.

(٣٠٤) لسنة ١٩٤٢ على "الشركة المغفلة هي شركة عارية عن العنوان تؤلف بين عدد من الأشخاص يكتتبون بأسهم أي سندات قابلة للتداول ولا يكونون مسؤولين عن ديون الشركة إلا بقدر ما وضعوه من المال".

من خلال ما تقدم فإن الشركة المساهمة تعمل تحت اسم تجاري, ويكون العنصر الاساس في هذا الاسم هو موضوع نشاطها, مع بيان ما يشير أنها شركة مساهمة[١].

ومما يجب الإشارة إليه أنه يجب أن يكون الاسم التجاري للشركة المساهمة متميزاً عن أسماء الشركات الأخرى, فلا يجوز أن يشابه أسم شركة أخرى تعمل في نفس نوع النشاط التجاري, كما يجب أن يكون الاسم التجاري للشركة المساهمة واضحاً ولا يثير اللبس حول طبيعة ونوع الشركة[٢], وأخيراً نرى أنه كان من الأفضل على المشرع العراقي النص صراحة حول ما يمكن اعتباره عنصر من عناصر الاسم التجاري للشركة المساهمة, خصوصاً وان هذه الشركة تُعد من بين أهم الشركات المؤثرة في النشاط التجاري.

المطلب الثاني: الشروط القانونية للاسم التجاري: بعد ان يختار التاجر اسمه التجاري لتمييز متجره أو شركته من العناصر السابقة الذكر, يتوجب عليه ان يتحقق مدى ملائمة هذه العناصر للشروط القانونية التي أشترطها المشرع, إذ خصص المشرع العرقي المادة الثالثة من نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥, حدد فيها جملة من الشروط يجب توفرها في الاسم التجاري.

لذا سنبحث في هذا المطلب شرط الصفة المميزة في الفرع الاول, ثم شرط المشروعية في الفرع الثاني, وننتقل للفرع الثالث لنعالج فيه شرط الجدة, وأخيراً نبحث في شرط اللغة العربية للاسم التجاري في الفرع الرابع.

الفرع الاول: شرط الصفة المميزة: يُقصد بشرط الصفة المميزة, هي أن تكون التسمية[٣] المستخدمة بالاسم التجاري كافية لتمييز المحل التجاري عن غيره من المحال, وذلك لمنع حصول الخلط في أذهان العملاء[٤] ونص على هذا الشرط المشرع العراقي في الفقرة الثانية من المادة الثالثة من نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥ حيث جاء

---

(١) أ.د مصطفى كمال طه, أساسيات القانون التجاري, مرجع سابق, ص ٦٩١.
(٢) د. خالد محمد سيد امام, الحق في الاسم التجاري, مرجع سابق, ص١٦١.
(٣) يُقصد بالتسمية, العناصر التي تدخل في تكوين الاسم التجاري, راجع مطلب الأول من المبحث الثاني من هذا البحث.
(٤) د. عبد العظيم حسن, مرجع سابق, ص ١٩٠.

فيها "لا يسجل اسماً تجارياً..... ثانياً: الاسم الخالي من الصفة المميزة", كما نصت بعض التشريعات العربية على هذا الشرط في القوانين المنظمة لشروط الاسم التجاري[١].

إن الغاية من اشتراط الصفة المميزة هو لمنع وقوع اللبس والخلط بين المحال التجاري, ولتحقيق هذه الغاية أجاز المشرع العراقي للتاجر ان يعدل من بيانات الاسم التجاري[٢]. مثال ذلك أن يضيف بيان يتعلق بنوع النشاط الذي يمارسه التاجر مثال ذلك (محلات المصطفى للمواد الغذائية), كما ان وضع اضافة توضح نوع النشاط للتاجر يسهل تمييز محله عن المحال التجارية الاخرى خصوصاً اذا وجد محل تجاري يمحل ذات الاسم لكن يمارس نشاط مختلف[٣].

الفرع الثاني: شرط المشروعية: يقُصد بمشروعية الاسم التجاري هو عدم مخالفة الاسم التجاري لنصاً قانونياً والنظام العام والآداب العامة[٤].

ونص على هذا الشرط المشرع العراقي في الفقرة الأولى من المادة الثالثة من نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري العراقي رقم (٦) لسنة ١٩٨٥ إذ جاء فيها " لا يسجل اسماً تجارياً: أولاً: الاسم المخالف للنظام العام أو الآداب" ومن أمثلة الاسماء التجارية المخلة بالآداب "طلب تسجيل الأسماء والعبارات (Bad Boy) مقدمة الطلب شركة أمريكية, أودعت طلبها المذكور أمام المسجل بدولة الامارات العربية المتحدة, فقرر الأخير رفض الطلب بحجة أن اللفظ مخلاً بالآداب العامة, ويبدو أن المسجل اعتمد في قراره على الترجمة الحرفية للفظ المستخدم, وعند استئناف القرار أيدت لجنة التظلمات وجهة نظر المسجل, وإن كان اللفظ المذكور يحتمل تراجم أخرى كالولد الشقي, إلا أن الفهم الشائع قد يوحي بأن هنا الاسم يحرض على الأفعال المشينة"[٥].

ويستخلص مما ذكر سابقاً أن لا يمكن أن يسجل كأسم تجاري غير مشروع, كأسماء الدول أو شعارتها الرسمية أو مخالفة القواعد القانونية, كما يجب أن لا يكون الاسم التجاري مكون من عنصر من شأنه أن يمس الآداب العامة.

---

(١) راجع على سبيل المثال نص المادة ٣ من قانون الاسماء التجارية المصري رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١, كذلك نص المادة ٥ من قانون الاسماء التجارية اليمني رقم (٢٠) لسنة ٢٠٠٣.

(٢) راجع نص المادة ٨ من نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري العراقي رقم (٦) لسنة ١٩٨٥.

(٣) سعد الشريف سعيد عبد العاطي, النظام القانوني للاسم التجاري, رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة الدول العربية, معهد البحوث والدراسات العربية, قسم البحوث والدراسات القانونية, القاهرة, ٢٠٠٧, ص ٩٩.

(٤) د. عاطف محمد الفقي, مرجع سابق, ص ٤٨.

(٥) د. عبدالعظيم حسن, مرجع سابق, ص ١٩٣.

الفرع الثالث: شرط الجدة: يُعد شرط الجدة من أهم الشروط اللازم توافرها في الاسم التجاري, إذ لا يكفي أن يكون الاسم التجاري مميز ومختلف عن غيره من الاسماء التجارية, كما لا يكفي أن يكون مشروعاً, بل يضاف لهم شرط وهو أن يكون الاسم التجاري جديد.

والجدة المقصود هنا هي تشابه الجدة المقصودة في العلامة التجارية أي جدة نسبية وليست مطلقة[١]. أي أن الاسم التجاري لم يسبق وان استخدم من قبل أحد التجار وتم تسجيله في السجل التجاري من قبل أحد التجار في النشاط التجاري نفسه[٢], ونص على هذا الشرط صراحة المشرع العراقي في الفقرة الثانية من المادة الثانية من نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥ إذ جاء فيها "للتاجر أن يتخذ لتمييز نشاطه اسماً مبتكراً أو مستعاراً مختلفاً بوضوح عن غيره من الاسماء التجارية المسجلة".

ولعل ما يبرر شرط الجدة للاسم التجاري هو حق الخصوصية, أي حق استئثار استعمال الاسم التجاري من قبل مالك ذلك الاسم التجاري, حيث يحق له وحده الاستفادة من الاسم التجاري, ولكن هذا الحق ليس مطلق وإنما مقيد من حيث الزمان والمكان ونوع النشاط[٣].

الفرع الرابع: شرط اللغة العربية: يُعد هذا الشرط من الشروط المختلف عليها بين التشريعات العربية, أي أن هذا الشرط لا يُعد شرطاً عاماً وإنما مقتصر على بعض التشريعات العربية, ومن التشريعات العربية التي أخذت بهذا الشرط هو التشريع العراقي, فقد نص المشرع في الفقرة الخامسة من المادة الثالثة من نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري العراقي رقم (٦) لسنة ١٩٨٥ والتي جاء فيها "لا يسجل اسماً تجارياً :..... الاسم غير العربي أو العراقي, إلا إذا كان اسماً تجارياً لتاجر أجنبي أو أحد فروع الشركات الاجنبية المجازة للعمل في العراق على أن تضاف عبارة (فرع العراق). يتضح لنا من خلال نص المادة السابقة أن المشرع العراقي مع اشتراطه لشرط اللغة إلا انه ابدى بعض التساهل في هذا الشرط مع الشركات الاجنبية, ولعلل ما يبرر ذلك هو لتشجيع الاستثمار والمستثمرين الاجانب للعمل داخل

(١) د. عاطف محمد الفقي, مرجع سابق, ص ٥٠.
(٢) إيناس سالم عبد المنعم, التنظيم القانوني للحجز على الاسم التجاري والتنفيذ عليه, رسالة ماجستير, كلية الحقوق جامعة الشرق الاوسط, ٢٠١٢, ص٣٣.
(٣) د. عاطف محمد الفقي, مرجع سابق, ص ٥٠.

العراقي, كما ونص على هذا الشرط بعض التشريعات العربية كالتشريع المصري والتشريع الاردني والتشريع السعودي[1].

ويرى الباحث أن مثل هكذا شرط يُعد عائق في النشاط التجاري, وذلك بسبب العولمة التي طالت كل مفاصل الحياة بما فيها النشاط التجاري, فأصبح ليس من الضروري اشتراط اللغة العربية لاسم التجار الذي يرغب فيه, حيث ان التاجر حر في اختيار اللغة التي يرغب فيها لاسمه التجاري لأنه يخاطب عملاء محله التجاري وهو حر بأي لغة يرغب بها على شرط أن يكون ضمن الشروط السابقة كالصفة المميزة والمشروعية والجدة.

كما اننا نرى أن في الواقع هنالك الكثير من التجار غير متقيدين بهذا الشرط فهنالك الكثير من المحلات التجارية تحمل اسماء غير عربية صحيح أنها غير مسجلة في السجل التجاري إلا انها موجودة فعلاً وقائمة بوظيفتها الاساسية وهو تمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات التجارية الاخرى, لذا نرى من الافضل على المشرع العراقي تعديل هذا الشرط وجعله يتناسب والتطور الحاصل في جميع انشطة الحياة بما فيها النشاط التجاري.

الخاتمة

في ختام هذا البحث ندعو الباري عزّ وجل ان نكون قد وفقنا في معالجة هذا البحث تحت عنوان (الضوابط القانونية لاختيار الاسم التجاري) وذلك لأجل رفد التجار بالأدوات القانونية التي من خلالها يختار اسمه التجاري, وقد خلصنا من خلال هذا البحث إلى جملة من الاستنتاجات والمقترحات سنجملها كالآتي:

أولاً: الاستنتاجات:

١- خلا التشريع العراقي من ذكر تعريف واضح للاسم التجاري, فقد اكتفى بالإشارة إلى ضرورة أن يتخذ التاجر لتمييز متجره اسم تجاري, ولم يذكر المقصود بالاسم التجاري, حيث ترك الأمر للفقه.

٢- هنالك اختلاف بين العناصر التي يتكون من الاسم التجاري للتاجر الفرد والعناصر التي يتكون منها الاسم التجاري للشركات, كما تختلف العناصر التي يتكون من الاسم التجاري للشركات حسب نوع الشركة هل هي شركة أشخاص أم شركة أموال.

---

(1) راجع نص المادة الاولى الفقرة الرابعة من قانون المكاتبات واللافتات المصري رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨, كذلك نص المادة السادسة من قانون الاسماء التجارية الاردني رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦, كذلك نص المادة الثالثة من نظام الاسماء التجارية السعودي رقم م/ ١٥ لسنة ١٤٢٠ه الموافق ١٩٩٩ م.

٣- انفراد التشريع العراقي وبعض التشريعات العربية كالتشريع المصري والتشريع الاردني والتشريع السعودي, بشرط اللغة العربية, إذ اشترطوا عدم جواز تكوين اسم تجاري من الاسماء غير العربية.

٤- إن الوظيفة الأساسية للاسم التجاري, هي تمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات التجاري المنافسة في السوق في نفس نوع النشاط التجاري أو مشابه له لدرجة كبيرة.

ثانياً: المقترحات:

١- نقترح على المشرع العراقي إيراد تعريف واضح للاسم التجاري وعدم الاكتفاء بالإشارة الى وظيفة ذلك الاسم وهو تمييز المحل التجاري, وان يحذو بذلك حذو بعض التشريعات العربية.

٢- نقترح على المشرع العراقي أن يعير الاسم التجاري للشركات أهمية, إذ لم يشير بوضوح إلى عناصر الاسم التجاري للشركات كما فعل مع الاسم التجاري للتاجر الفرد.

٣- نقترح على المشرع العراقي إلغاء شرط اللغة العربية للاسم التجاري, وذلك لان مثل هكذا شرط قد يكون له مبرر عند صدور التشريع الخاص بالأسماء التجاري عام ١٩٨٥, أما الأن وبسبب الحداثة والعولمة وانفتاح النشاط التجاري بين الدول على بعض أصبح مثل هذا الشرط عائق بوجه الاستثمارات الاجنبية.

٤- نقترح على المشرع العراقي أن يصدر تشريع جديد للأسماء التجارية بدلاً من التشريع الحالي كون التشريع الحالي أغفل الكثير من الأمور المهمة التي تدخل في ضابط اختيار الاسم التجاري, سواء من حيث العناصر أو الشروط.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

١- د. أكرم ياملكي, الوجيز في شرح القانون التجاري العراقي, الجزء الأول, شركة الطبع والنشر الأهلية, بغداد, ١٩٦٦-١٩٦٧.

٢- د. باسم محمد صالح, القانون التجاري, القسم الأول, المكتبة القانونية, بغداد, بدون سنة نشر.

٣- حمادي زوبي, الحماية القانونية للعلامات التجارية, الطبعة الاولى, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, ٢٠١٢.

٤- د. خالد محمد سيد إمام, الحق في الأسم التجاري, الطبعة الأولى, مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع, القاهرة, ٢٠١٦.

٥- د. خالد محمد سيد إمام, النظام القانوني للاسم التجاري, الطبعة الاولى, دار النهضة العربية, القاهرة, ٢٠١٥.

٦- د. سميحة القليوبي, الوسيط في شرح قانون التجارة المصري, الجزء الأول, دار النهضة العربية, القاهرة, ٢٠١٢.

٧- د. عاطف محمد الفقي, الحماية القانونية للاسم التجاري, دار النهضة العربية, القاهرة, ٢٠٠٧.

٨- د. عبدالعظيم حسن, الأسماء التجارية في التشريعات العربية, شركة مطابع السودان للعملة المحدودة, ٢٠١٦.

٩- د. علي حسين نجيدة, المدخل لدراسة القانون, دار الفكر العربي, القاهرة, بدون تاريخ نشر.

١٠- د. مصطفى كمال طه, أساسيات القانون التجاري, الطبعة الثالثة, منشورات الحلبية الحقوقية, بيروت, ٢٠١٧.
١١- القاضي الدكتور الياس ناصيف, المؤسسة التجارية, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, الطبعة الاولى, ٢٠١٧.

ثانياً: الرسائل والاطروحات:

١- إيناس سالم عبد المنعم, التنظيم القانوني للحجز على الاسم التجاري والتنفيذ عليه, رسالة ماجستير, كلية الحقوق جامعة الشرق الاوسط, ٢٠١٢.
٢- سعد الشريف سعيد عبد العاطي, النظام القانوني للاسم التجاري, رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الحقوق, جامعة الدول العربية, معهد البحوث والدراسات العربية, قسم البحوث والدراسات القانونية, القاهرة, ٢٠٠٧.

ثالثاً: القوانين:

١- قانون الاسماء التجارية الاردني رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦.
٢- قانون الاسماء التجارية البحريني رقم (١٨) لسنة ٢٠١٢.
٣- قانون الاسماء التجارية المصري رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١.
٤- قانون الاسماء التجارية اليمني رقم (٢٠) لسنة ٢٠٠٣.
٥- قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤.
٦- قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩.
٧- قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧المعدل.
٨- قانون العلامات والبيانات التجارية العُماني رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٧.
٩- قانون العلامات والبيانات التجارية القطري رقم (٩)لسنة ٢٠٠٢.
١٠- قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢.
١١- قانون المكاتبات واللافتات المصري رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨.
١٢- نظام الاسماء التجارية السعودي رقم م/ ١٥ لسنة ١٤٢٠ه الموافق ١٩٩٩ م.
١٣- نظام الاسماء التجارية والسجل التجاري العراقي رقم (٦) لسنة ١٩٨٥.