

УДК 347.77 (477)

КОМЕРЦІЙНЕ (ФІРМОВЕ) НАЙМЕНУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБІГУ, ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

COMMERCIAL (COMPANY) NAME AS A MEAN OF INDIVIDUALIZATION OF CIVIL CIRCULATION, GOODS AND SERVICES' PARTICIPANTS

Кузьмінський О.О.,
здобувач

Харківського національного університету внутрішніх справ

У статті досліджується правова природа комерційного (фірмового) найменування як засобу індивідуалізації учасників цивільного обігу, товарів та послуг. Також автор досліджує правове регулювання відносин, пов'язаних із його використанням. Автор пропонує на законодавчому рівні визначити поняття фірмового найменування, комерційного найменування та найменування суб'єкта цивільного обороту.

Ключові слова: комерційне (фірмове) найменування, правове регулювання, засіб індивідуалізації, законодавство, суб'єкт цивільного обороту.

В статье исследуется правовая природа коммерческого (фирменного) наименования как средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров и услуг. Также автор исследует правовое регулирование отношений, связанных с его использованием. Автор предлагает на законодательном уровне определить понятия фирменного наименования, коммерческого наименования и наименования субъекта гражданского оборота.

Ключевые слова: коммерческое (фирменное) наименование, правовое регулирование, средство индивидуализации, законодательство, субъект гражданского оборота.

Legal nature of commercial (company) name as a mean of individualization of participants of civil circulation, goods and services is researched in this article. The author also researches legal regulation of relations concerning its usage. The author offers to define at the legislative level the concepts of company name, commercial name and the name of the subject of civil circulation.

Key words: commercial (company) name, legal regulation, mean of individualization, legislation, subject of civil circulation.

Постановка проблеми. В умовах розвитку ринкової економіки комерційне, фірмове найменування є одним із основних засобів індивідуалізації юридичної особи. В інтересах усіх учасників цивільного обороту юридична особа не тільки може, але й зобов'язана використовувати комерційне, фірмове найменування для своєї індивідуалізації. Однак недостатній рівень правового регулювання відносин, пов'язаних із використанням комерційного, фірмового найменування, породжує безліч питань, пов'язаних із практичним застосуванням. Ситуацію ускладнює ще і відсутність спеціального закону, який

би регулював правовідносини, пов'язані з правом на комерційне та фірмове найменування. Це може призвести до багатьох правових проблем, пов'язаних із можливими колізіями з правами на інші об'єкти інтелектуальної власності та засоби індивідуалізації.

Стан дослідження. Дослідженнями питання використання комерційного (фірмового) найменування займалися: А.Л. Маковський, Л.П. Зуйкова, В.І. Єременко, С.С. Смірнов, В.Ю. Бузанов, Е.А. Суханова, А.А. Іванов, М.Б. Данілов, М.І. Брагінський, І.І. Рикова, С.А. Бобков, С.С. Щербиніна, В.М. Євдокімова та ін.

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб знайти вирішення багатьох складних проблем, пов'язаних із використанням комерційного, фірмового найменування, потрібно з'ясувати визначення поняття «комерційного найменування» і «фірмового найменування», а також встановити їх співвідношення.

Основним критерієм для визнання комерційного, фірмового найменування як засобу індивідуалізації є здатність вирізнити чи розрізнити (виділяти, індивідуалізувати) суб'єкта господарювання (ч. 1 ст. 489 Цивільного кодексу України (далі – ЦК)).

Розглядаючи правову природу комерційного, фірмового найменування як засобу індивідуалізації, потрібно враховувати і зміст виключного права. Зазвичай усі точки зору можна умовно розділити на дві групи. Перша полягає в тому, що зміст виключного права містить заборонну функцію (А.А. Піленко) [1, с. 119]. Друга точка зору полягає в тому, що зміст виключного права складають тільки позитивні правомочності: використання та розпорядження (І.Ф. Шершеневич, В.А. Дозорцев) [2, с. 15–29]. Тобто правовласник може самостійно здійснити використання об'єкту виключного права, йому не потрібно забороняти використання третім особам, це прямо встановлено законодавством. Особи, які бажають використовувати відповідний засіб індивідуалізації повинні отримати дозвіл правовласника.

Відомо, що українському законодавству невідомо визначення поняття, а тільки категорії: найменування (ч. 1 ст. 90 ЦК України), комерційне (фірмове) найменування (ч. 2 ст. 90 ЦК України, ст. 420 ЦК України, ст. 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня 1996 р.) і комерційне найменування (ст. ст. 489–491 ЦК України, ст. 179 Господарського кодексу України). Різниця між поняттями «найменування», «фірмове найменування» і «комерційне найменування» в законодавстві чітко не роз'яснюється, тому найчастіше вони вживаються як синоніми [3, с. 78]. У юридичній літературі найчастіше використовується термін «фірмове найменування» як позначення юридичної особи, під яким особа бере участь у цивільному обороті, та індивідуалізує цю особу серед інших його учасників.

Необхідно зазначити, що в науковій літературі відстежується точка зору про тотожність понять «фірмове найменування» та «комерційне найменування». Така позиція обґрунтовується тим, що ЦК

України є основою цивільного законодавства, і всі інші нормативні акти повинні прийматися відповідно до нього [4, с. 13–20]. Оскільки вказаний нормативний акт містить поняття комерційного найменування, то воно розглядається як таке, що замінило поняття фірмове найменування, але має той самий зміст і обсяг правової охорони.

Можливо таке тлумачення термінів пов'язано з не зовсім вдалим перекладом міжнародно-правових актів щодо охорони комерційних, фірмових найменувань. Як відомо, визнання й захист їх закріплюються в таких міжнародних документах: в Уставі Всесвітньої організації інтелектуальної власності 1967 року (ст. 2) (далі – ВОІС), Доповіді ВОІС із питань інтелектуальної власності в Інтернеті 2001 року [5, с. 17–18], а також у Паризькій конвенції з промислової власності (ст. 1 і 8). Слід зазначити, що в перекладі цієї статті міститься вказівка на те, що захисту підлягають фірмові найменування. Англійський термін «trade name» у Паризькій конвенції переведено як «фірмове найменування», а в Уставі ВОІС – як «комерційне найменування». Чим викликаний такий різний переклад одного й того ж терміна, не відомо. Разом із цим Угода про торговельні аспекти інтелектуальної власності (далі – ТРІПС) 1994 року, не дивлячись на її універсальний характер, не передбачає норм, які були б присвячені комерційним, фірмовим найменуванням.

У ч. 1 ст. 90 ЦК України встановлено, що юридична особа повинна мати своє найменування, яке містить інформацію про її організаційно-правову форму. Якщо уважно проаналізувати зазначену статтю, то законодавець таки розрізняє найменування та комерційне (фірмове) найменування.

До прийняття ЦК України, національне законодавство взагалі не знало терміну «комерційне найменування». ЦК України вперше на законодавчому рівні ввів у цивільний оборот термін «комерційне найменування». До того ж в одному випадку застосовує термін комерційне (фірмове) найменування (ст. 90, ст. 420 ЦК України), а в іншому тільки «комерційне найменування» (ст. 489 ЦК України).

Отже, будемовиходити з цього, що національне законодавство припускає можливість існування комерційного найменування як самостійного об'єкту виключних прав. Однак тоді залишається незрозумілим, що ж це за об'єкт і який його правовий режим. Слід зазначити, що в юридичній літературі немає єдиної думки щодо правової суті досліджуваного засобу індивідуалізації. Автори дотримуються часом протилежних поглядів, розкриваючи зміст поняття «комерційне найменування». Одна група вчених стверджує, що комерційним найменування є загальновідоме найменування суб'єкта підприємницької діяльності; інші стверджують, що під комерційним найменування необхідно розуміти загальновідомий товарний знак (торговельну марку); треті розглядають комерційне найменування як засіб індивідуалізації підприємства. Але всі вони єдині в тому, що комерційне найменування відноситься до групи засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту поряд із фірмовими найменуваннями [6, с. 223].

Російський учений В.Ю. Бузанов, визначаючи правовий режим комерційного найменування, зазначає, що найбільш близькими сусідами його є фірмові найменування й торговельні марки [7, с. 128–147]. Тобто він вважає, що поняття комерційного найменування значно ширше, і до нього входять як і назви, так і зображення, сполучення кольорів, звуки тощо. При цьому комерційне найменування використовується у відносинах між підприємцями та споживачами, а фірмове найменування розраховано насамперед на контрагентів комерційної організації [8].

Отже, у якості комерційного найменування може виступати не тільки незареєстроване найменування, але й інше позначення (графічне зображення й т.п.).

Деякі автори вважають, що комерційним найменуванням є загальновідома торговельна марка. Зокрема, М.Б. Данілов стверджує, що комерційне найменування це загальновідомий знак (торговельна марка), який використовується для маркування продукції та назви бізнесу. До комерційних найменувань автор відносить і формений одяг співробітників, стиль комерційних приміщень тощо [9, с. 27–71].

На нашу думку, поняття загальновідомої торговельної марки є самостійною правовою категорією, і немає ніякої потреби позначати термін «загальновідома торговельна марка» терміном «комерційне найменування».

Як засіб індивідуалізації суб'єкта підприємницької діяльності розглядає комерційне найменування й В.М. Євдокімова. Її позиція полягає в тому, що комерційне найменування це засіб індивідуалізації підприємця без утворення юридичної особи, на відміну від фірмового найменування, що покликані ідентифікувати комерційні організації. Тому, на думку автора, права на комерційні позначення можуть бути захищені у відповідності зі ст. 8 Паризької конвенції з охорони промислової власності [10, с. 113–120].

Більшість українських науковців погоджуються з тим, що комерційним найменуванням є позначення, яким може бути надана правова охорона в якості об'єкта права інтелектуальної власності, що вказують на походження, якість чи репутацію товарів або послуг.

Відповідно до проекту Закону України «Про внесення змін у Господарський кодекс України (з метою узгодження положень із Цивільним кодексом України)» комерційним найменуванням – є буквене або словесне позначення суб'єкта господарювання, що виконує функцію його індивідуалізації (розрізнення) у підприємницькій діяльності [11, с. 10–15].

На наш погляд, поняття комерційне найменування є самостійним засобом індивідуалізації суб'єкта комерційної діяльності, хоча багато в чому схожий із фірмовим найменуванням. На відміну від фірмового найменування, комерційне найменування може належати будь-якому суб'єкту, який здійснює комерційну діяльність для індивідуалізації власної діяльності.

З урахуванням аналізу терміну «комерційне найменування», цілком обґрунтованим є пропозиція про те, що комерційне найменування – це позначення (словесне, графічне або комбіноване), що використовується

суб'єктом підприємницької діяльності з метою індивідуалізації власної підприємницької діяльності і при цьому не вводить в оману споживачів щодо предмету своєї діяльності. Головним призначенням комерційного найменування є індивідуалізація підприємницької (господарської) діяльності суб'єкта цивільного обороту. Разом із тим комерційне найменування на сьогодні не має належної правової охорони відповідно до українського законодавства.

Найбільш яскравим прикладом правової неврегульованості об'єктів виключного праванормами чинного українського законодавства є питання про визначення та співвідношення понять «фірми» й «фірмового найменування».

Аналіз показує, що терміни «фірмове найменування» і «фірма» згадуються як синоніми. Необхідно звернути увагу на те, що поняття фірмове найменування або фірма, склалося протягом багатьох років серед науковців і практиків, а його заміна в законодавстві іншим поняттям може призвести до труднощів у правозастосовчій практиці та протиріч із загальноприйнятими стандартами і звичаями [12, с. 27–28].

Практично всі дослідники природи права на фірму були одноосібні в тому, що фірма як уособлення відомої репутації (майнової цінності) є відчужуваною й може бути предметом певних угод. Але перехід права на фірму пов'язувався вченими з переходом самого підприємства [13, с. 43–52].

Така точка зору могла одержати своє логічне завершення в Положенні про торговельний запис і про фірми, проект якого неодноразово виносився на обговорення судових установ і торговельного стану Росії [14, с. 8–10].

У юридичній літературі того часу думки також розділилися. Наприклад, В. Шретер сприймав фірму як назву, під якою власник підприємства або юридична особа одноособово бере участь у торговельному обороті [15, с. 63–68].

У новітній цивільно-правовій літературі під фірмовим найменуванням розуміється те найменування, під яким підприємець бере участь у цивільному обороті і яке індивідуалізує його серед інших учасників цивільного обороту [16, с. 25–31].

У результаті вже не перший рік серед учених і практиків ведуться дискусії: чи є фірмове найменування позначенням юридичної особи або це псевдонім підприємницької (господарської) діяльності. Але є і такі, що фірмові найменування замінюють терміном «торговельна назва». Фактично поєднується торговельна марка з фірмовим найменуванням.

У юридичній літературі фірмою найчастіше називають те найменування, під яким підприємець виступає в цивільному обороті і яке індивідуалізує цю особу серед інших учасників цивільного обороту [17, с. 861–863].

У Коментарі до Паризької конвенції фірмове найменування визначається як ім'я чи позначення, що дозволяє ідентифікувати певну фізичну чи юридичну особу [18, с. 77–78].

З наведених визначень фірмового найменування важливим є те, що воно є засобом індивідуалізації

учасника цивільного обороту, тобто осіб, що займаються підприємницькою діяльністю. Така здатність до індивідуалізації повинна базуватися на деяких загальних положеннях, що стосуються вимог, які є обов'язковими для фірмового найменування.

Що стосується співвідношення понять «найменування», «фірмове найменування», то вони фактично мають однакове призначення, тобто виконують функцію індивідуалізації суб'єкта. Найменування юридичної особи виконує ту ж функцію, що і фірмове найменування, а саме: індивідуалізує юридичну особу в цивільному обороті, під цим ім'ям вона здійснює суб'єктивні права й несе обов'язки.

Деякі вчені не бачать істотних розходжень між поняттями «найменування» і «фірмове найменування». Інші вважають, що фірмове найменування використовується тільки комерційними юридичними особами.

Є досить поширеною точка зору, коли фірмове найменування співпадає з повним найменуванням юридичної особи, що є обов'язковим і містить організаційно-правову форму і безпосередньо конкретне позначення [19, с. 25–26].

На нашу думку, фірмове найменування включає у свою структуру як організаційно-правову форму, так і індивідуальне позначення, яке вирізняє це підприємство серед великої кількості інших. Обидва

елементи є складовою єдиного цілого – фірмового найменування. Таку ж структуру має і найменування юридичної особи. Обидва об'єкти включаються до установчих документів юридичної особи.

Висновки. Враховуючи вищезазначене, вважаємо, що найменування юридичної особи та фірмове найменування потрібно вважати окремими засобами індивідуалізації. Адаже найменування може бути в некомерційної юридичної особи. Завдяки найменуванню некомерційна юридична особа також бере участь у цивільному обороті, тобто і для таких осіб найменування є засобом індивідуалізації, розрізнення. Фірмове найменування не тільки індивідуалізує комерційну юридичну особу, а й містить певну інформацію про таку особу. Зміст такої інформації включає як організаційно-правову форму та індивідуалізує (оригінальне) позначення, яке вирізняє таке підприємство серед великої кількості інших, так і певну репутацію (відомість). Обидва найменування не завжди можуть співпадати, вони є окремими об'єктами правової охорони. Також слід визнати, що фірмове найменування, і найменування юридичної особи є засобом індивідуалізації не підприємства, а його власника.

Підводячи підсумки, пропонуємо, перш за все, на законодавчому рівні визначити поняття фірмового найменування, комерційного найменування та найменування суб'єкта цивільного обороту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Васильев Е.А. Гражданское и торговое право капиталистических государств : [ученик] / Е.А. Васильев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Международные отношения, 1993. – 560 с.
2. Венецианов В. Общесоюзный закон о фирме / В. Венецианов // «Е. С. Ю.», 1927. – № 49. – С. 15–29.
3. Гаврилов Э.П. Интеллектуальная собственность : [учебно-методические материалы] / Э.П. Гаврилов. – М., 2001. – 96 с.
4. Гаврилов Э.П. Исключительные права на нематериальные объекты / Э.П. Гаврилов // Патенты и лицензии, 2001. – № 3. – С. 13–20.
5. Гаврилов Э.П. Общие нормы ГК РФ и исключительные права / Э.П. Гаврилов // Российская юстиция, 2000. – № 1. – С. 17–18.
6. Галянтич М.К. Промислова власність: правові засоби охорони та захисту / М.К. Галянтич. – К. : Акад. правових наук України. НДІ приватного права та підприємництва, 2003. – 256 с.
7. Галянтич М.К. Охрана прав на знаки индивидуализации участников господарського обороту кримінально-правовими засобами / М.К. Галянтич // Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики / за заг. ред. Ю.С. Шемшученка, Ю.Л. Бошицького. – К. : Юрид. думка, 2006. – С. 128–147.
8. Гендлин В. Бизнес ждет нашествия двойников / В. Гендлин // Коммерсант-Daily, 1995. – 27 дек.
9. Гольмстен А.Х. Торговое право. Конспект лекций, читанных в СПб. университете в 1891–1892 г. приват-доцентом А.Х. Гольмстеном // А.Х. Гольмстен. – 1893. – С. 27–71.
10. Евдокимова В. Франшиза и договор коммерческой концессии в Гражданском кодексе Российской Федерации / В. Евдокимова // Хозяйство и право, 1997. – № 12. – С. 113–120.
11. Грибанов А. Предприятие и фирменное наименование (Сравнительный анализ по праву России и Германии) / А. Грибанов // Хозяйство и право. – 2000. – № 11. – С. 10–15.
12. Грибанов А.В. Порядок совершения сделок с предприятием в российском праве (практические проблемы) / А.В. Грибанов // Хозяйство и право, 2003. – № 11. – С. 27–28.
13. Дорошенко О. Структура комерційного найменування / О. Дорошенко, К. Щукіна // Теорія і практика інтелектуальної власності, 2009. – № 3. – С. 43–52.
14. Дубинський М. Недобросовестная конкуренция и нарушение прав владельца товарного знака / М. Дубинський // Юридическая практика. – 1999. – № 23(105). – С. 10.
15. Евдокимова В.Н. Рынок лицензий в России: состояние, проблемы, перспективы / В.Н. Евдокимова // Патенты и лицензии, 1997. – № 5. – С. 63–68.
16. Еременко В.И. О правовой охране фирменных наименований в России / В.И. Еременко // Законодательство и экономика, 2006. – № 5. – С. 25–31.
17. Жилинский С.Э. Предпринимательское право (правовая основа предпринимательской деятельности) : [учебник для вузов] / предисл. проф. В.Ф. Яковлева. – 4-е изд., изм. и доп. – М. : Издательство НОРМА, 2002. – 912 с.
18. Жуков В.И. Правовая охрана объектов научно-технического творчества / В.И. Жуков. – Х. : Юрид. ин-т, 1983. – 96 с.
19. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» від 15.12.93 № 3689-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7. – С. 36.