

ПОНЯТТЯ ФІРМОВОГО НАЙМЕНУВАННЯ, ФУНКЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ФІРМОВОГО НАЙМЕНУВАННЯ

ГОНЧАРЕНКО Олександр Володимирович - студент 2-го курсу магістратури
Юридичного інституту Київського міжнародного університету

В статті раскрыто поняття фирменного найменування, исследовані функції и принципи фирменного найменування юридическо-го лица.

Ключові слова: *фірма, фірмове найменування, комерційне позначення, торгова марка, принципи фірмового найменування.*

Постановка проблеми

В умовах розвитку ринкової економіки 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 фірмове найменування для своєї індивідуалізації. Однак недостатній рівень правового регулювання відносин, пов'язаних із використанням фірмового найменування, породжує питання, пов'язані з практичним застосуванням. Ситуацію ускладнює ще й відсутність спеціального закону, який би регулював правовідносини, пов'язані із правом на 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. Так, наприклад, не зрозуміло, за якими критеріями потрібно визначати першість у виникненні права та схожість у випадку конфлікту з іншими об'єктами інтелектуальної власності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженню понять фірмового найменування приділяли увагу такі вчені, як: Г.Е. Авілов, М.М. Агарков, Т.В. Боднар, В.В. Голофаєв, В.А. Дозорцев, В.І. Жуков, В.О. Калятін, О.І. Камінка, Ю.М. Капіца, Д. Корчагін, А.О. Кодинець, О.В. Кохановська, В.М. Крижна, І.В. Кривошеїна, Д.А. Медведева, О.М. Мельник, С.О. Одінцов, В.В. Орлова, О.О. Піленко, І.А. Петров, В. Розенберг, Ю.І. Свядосц, О.П. Сергєєв, В. Усольцева, М.А. Федотов, Г.Ф. Шершеневич та інші вчені.

Цілі статті

З'ясувати значення поняття «фірмове найменування» та провести аналіз функцій та принципів фірмового найменування юридичної особи.

Виклад основного матеріалу

Безпосередній аналіз поняття комерційного (фірмового) найменування та його правового механізму неможливий у сучасній доктрині цивільного права без узгодження термінології, яка використовується для позначення даного об'єкта права інтелектуальної власності. Першочерговий розгляд термінів і можливостей їх використання надасть змогу прийти до більш осмисленого розуміння самої суті досліджуваного явища.

Як чинне законодавство, так і цивілістична наука для позначення найменування

учасника цивільного обороту використовують різні юридичні терміни: «фірма», «фірмове найменування», «комерційне найменування».

Єдиний підхід до розуміння термінів у нашій ситуації є особливо необхідним як для здійснення комплексного дослідження інституту комерційного (фірмового) найменування, так і для встановлення чітких меж застосування кожного юридичного терміна. Оскільки точне співвідношення слова і об'єкта, яке воно позначає, і є суттю юридичного терміна.

Термін «фірма» в процесі становлення інституту комерційного (фірмового) найменування вживався в двох значеннях: як позначення самого суб'єкта господарювання, певної колективної організації; у якості словесного позначення учасника цивільного обороту – чи то власника підприємства, чи самого підприємства.

Розуміння фірми в якості позначення самого колективного суб'єкта господарювання виникло і було пов'язане із судовою практикою в дореволюційний період і в перші роки існування СРСР, оскільки суди часто вживали поняття фірма в якості позначення суб'єкта господарювання або правління останнього [16, с.56-57]. Тогочасні дослідники торгового права прийшли до однозначного висновку, який дотепер є загальноприйнятим, що таке розуміння фірми є абсолютно неприйнятним, оскільки підміняє одне поняття двома різними термінами і вносить лише додаткові складнощі для правозастосування [16, с.56-57; 1, с.448]. У побуті і сьогодні зустрічаємо «фірму» в значенні суб'єкта господарювання, коли чуємо «товар цієї фірми є якісним», або «фірма добросовісно виконує свої зобов'язання». Разом з тим, непоодинокими є випадки вживання визначеного терміну в професійній сфері [13, с.10; 4, с.12], що є неприпустимим для правильного застосування інституту фірмового найменування.

Друге розуміння терміну «фірма» було введено Німецьким торговим уложенням 1861 року і в подальшому застосоване в Положенні про фірму 1927 року. Саме сприйняття фірми як певного словесного

позначення суб'єкта господарювання є загальноприйнятим і дотепер.

Термін «фірмове найменування» набув свого поширення у світовій практиці із прийняттям Німецького торгового уложення 1897 року, яке у ст. 17 містило вказаний термін і пояснювало його найменуванням комерсанта, під яким він здійснює свої справи та ставить підпис [14, с.20].

Виходячи із однакового змістовного навантаження термінів «фірмове найменування» і «фірма» в іншому його значенні, необхідно сприймати вказані терміни як рівнозначні.

Поступово в законодавстві пострадянських держав (Російська Федерація, Білорусь, Казахстан, Вірменія) термін «фірмове найменування» витісняє «фірму». Саме тому варто погодитися із думкою російського дослідника фірмових найменувань В.В.Голофаєва про доцільність поступової відмови у використанні терміну «фірма» в цивільному обороті і заміни його на синонім [5, с.28]. Стосовно українського законодавства, навіть зважаючи на часткове застосування Положення про фірму 1927 року, яке вживає саме термін «фірма», вказане поняття є застарілим і не використовується в сучасному цивільному законодавстві. Тому, вважаємо, що у новому законі про фірмові найменування неможливо вживати поняття «фірма», залишивши його лише в науковому, доктринальному правовому лексиконі.

Нові Цивільний та Господарський кодекси України ввели досі невідомий для української правової доктрини термін для позначення засобу індивідуалізації учасників господарської діяльності – «комерційне найменування» (Глава 43 ЦК України, - ст. 159 ГК України).

Логіка законодавця в цьому випадку пояснюється перш за все бажанням максимально зблизити основні правові засади охорони інституту фірмового найменування до міжнародних стандартів, оскільки таке позначення відображає термінологію, яка міститься в Паризькій конвенції про охорону промислової власності. У французькому варіанті вказаного міжнародного договору вживається термін «le nom

commercial», що в перекладі з французької означає «комерційне або торгове найменування». Також причина вибору слова «комерційне» полягає у бажанні відобразити в терміні суть об'єкта, який по задуму законодавця повинен позначати суб'єктів, які займаються комерційною діяльністю, тобто діяльністю, направленою на отримання прибутку. Для прикладу – в законодавстві Великобританії фірмове найменування в оригіналі позначається терміном «business name» [6, с.92], що само по собі підтверджує попередню нашу думку.

Однак, запровадження в дію законодавство України терміну «комерційне найменування» породило неоднозначні погляди фахівців на питання співвідношення його із терміном «фірмове найменування». Проблема зумовлена тим, що чинне законодавство в різних нормах вживає різні терміни. Дослідники засобів індивідуалізації М.В.Паладій [8, с.371], Т.М.Шевелева [15, с.12] вважають, що принциповою відмінністю між комерційного найменування від фірмового є те, що останнє може використовуватися лише юридичними особами, тоді як учасниками комерційної діяльності можуть бути, скажімо, і приватні підприємці без статусу юридичної особи. Тому, на думку дослідників, поняття «комерційне найменування» за змістом, викладеним у ЦК України та ГК України ширше ніж правова категорія «фірмове найменування», тому що суб'єктами права на комерційне найменування можуть бути як юридичні особи, так і фізичні особи-підприємці.

Друга група дослідників (А.О.Кодинець [7, с.32], Ю.Л.Бошицький [3, с.8], О.О.Козлова [8, с.370]) вважає поняття «фірмове» і «комерційне» найменування тотожними і вживає їх у якості синонімів.

У здійснюваному нами дослідженні вважаємо за необхідне використовувати терміни «комерційне» та «фірмове» найменування як рівнозначні, що зумовлено потребою існування єдиної термінології і пояснюється рядом досить вагомих аргументів.

По-перше, виходячи із суті норм законодавства, у яких вживаються два поняття «комерційне» і «фірмове» найменування од-

разу стає очевидним факт використання їх у якості синонімів.

Дійсно, в окремих нормах Цивільного (Глава 43) і Господарського кодексу (ст.159) вживається самостійно термін комерційне найменування. Однак, стаття 90 Цивільного кодексу України, яка передбачає право особи на комерційне (фірмове) найменування, вживає їх як рівнозначні, оскільки у сказаній статті слово фірмове вживається в дужках після комерційне.

Разом із тим у нормах законодавства (ст.229 Кримінального кодексу України, ст.6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», ст.4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»), які прийняті до 1 січня 2004 року досі вживається термін «фірмове найменування».

По-друге, аргументом на користь висловленої нами позиції про рівнозначне розуміння термінів комерційне і фірмове найменування є судово практика застосування законодавства про комерційне (фірмове) найменування. Для прикладу: у п. 54 Рекомендацій Президії Вищого господарського суду України «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» [10], у п.3.3 Рекомендацій Президії Вищого господарського суду України «Про деякі питання практики призначення судових експертиз у справах зі спорів, пов'язаних із захистом інтелектуальної власності» [11], в Оглядовому листі Вищого господарського суду «Про практику застосування господарськими судами законодавства про захист права власності на комерційне найменування» [12] означені терміни вживаються як взаємозамінні.

Наведені міркування свідчать про те, що законодавець ввів термін комерційне найменування як ідентичне фірмовому. Наявність двох рівнозначних термінів свідчить про вплив на український інститут комерційного (фірмового) найменування як французької, так і німецької моделі фірми.

Також для дослідження сутності комерційного (фірмового) найменування особливо важливо встановити співвідношення даного поняття із терміном «комерційне позначення», оскільки вказаний термін до-

силь часто вживається у сфері засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту. Співвідношення фірмового найменування з іншими засобами індивідуалізації більш детально буде розглянуто в наступному підрозділі дипломної роботи.

Отже, комерційне найменування покликане індивідуалізувати осіб серед інших

у цивільному обороті. Необхідними умовами створення та використання комерційного найменування є його відповідність таким принципам, що наведені в табл. 1.

На підставі налізу принципів фірмового найменування, крім загально визнаних принципів істинності, сталості, винятковості, ми пропонуємо виділити також принци-

Таблиця 1 – Принципи комерційного найменування

Принцип	Характеристика
Істинності комерційного найменування	Таке найменування має правдиво відображати правове становище особи, попередити обман громадськості і не дати свободу дії суб'єктам, які схильні до різного роду актам недобросовісної конкуренції. Воно (комерційне найменування) має містити справжнє зазначення організаційно-правової форми юридичної особи (товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство тощо), її типу (державна (публічна), приватна тощо), виду діяльності (виробнича, наукова, комерційна), особи власника. У результаті інтелектуальної діяльності певних осіб створюється оригінальна назва і слово, яка підкреслює елемент творчості в створенні вигаданого слова, хоча він і не може застосовуватися до слів із усталеним змістом.
Винятковості комерційного найменування	Щоб виконувати функцію персоніфікації учасників цивільного обороту, комерційне найменування повинне мати особливі ознаки, які не допускали б змішування одного комерційного найменування з іншим. Для цього й існує зазначений принцип виключності комерційного найменування, відповідно до якого воно має бути новим і відмінним від комерційних найменувань, що вже використовуються. Відоме зазначення комерційного найменування однієї особи робить неможливим існування поряд із ним іншого або інших комерційних найменувань абсолютно тотожних або схожих настільки, що існує загроза змішування їх одне з одним. У ч. 4 ст. 489 ЦК України передбачено, що особи можуть мати однакові комерційні найменування, якщо це не вводить в оману споживачів щодо товарів, які вони виробляють та (або) реалізують, та послуг, які ними надаються. Комерційне найменування особи не повинне збігатися також із знаками для товарів і послуг та зазначеннями походження товарів, власниками прав на які є інші особи.
Сталості комерційного найменування	Належний ступінь індивідуалізації учасників цивільного обороту може бути забезпечений комерційним найменуванням тоді, коли воно залишається незмінним протягом усього часу, поки юридична особа зберігає свій організаційно-правовий статус. Ця вимога має вияв у зазначеному принципі постійності комерційного найменування. Саме тому не допускається довільна і не обумовлена певними поважними причинами зміна комерційного найменування. Звичайно, принцип незмінності не повинен суперечити критерію істинності комерційного найменування. Якщо, наприклад, відбулася зміна організаційно-правової форми підприємства чи змінився його власник (це стосується фізичної особи-підприємця), це повинно бути відображено в комерційному найменуванні. В законодавстві не міститься заборони суб'єкту господарювання мати понад одне комерційне найменування.

пи обов'язковості та реєстрації. Сутність принципу обов'язковості полягає в імперативному припису держави кожній юридичній особі мати своє найменування, яке включається до її установчих документів.

Юридична особа не може існувати без найменування, яке її індивідуалізує на ринку товарів та послуг.

Відповідно до ст. 90 Цивільного кодексу України юридична особа повинна мати своє найменування, яке містить інформацію про її організаційно-правову форму, отже, існування юридичної особи без її найменування неможливе, воно вказується в установчих документах і вноситься до Єдиного державного реєстру.

На нашу думку, також потрібно виділити принцип реєстрації фірмового найменування, оскільки, незважаючи на задекларованість положення про те, що фірмове найменування охороняється незалежно від його реєстрації, воно отримує охорону лише з моменту виникнення юридичної особи й занесення назви підприємства до установчих документів та свідоцтва про реєстрацію юридичної особи. Таким чином, прослідковується пряма залежність охорони фірмового найменування саме від його державної реєстрації у відповідних органах разом із юридичною особою, якій воно належить.

Функції фірмового найменування – це функція індивідуалізації юридичної особи, функція рекламування та охоронна функція, а також функція заборони.

Для виконання функції індивідуалізації фірмове найменування повинно мати вирізняльні властивості, які б не допускали змішування одного підприємства з іншими [3, с. 32].

Функція рекламування є також однією з основних функцій фірмового найменування. Виявляється, ця функція в тому, що фірмове найменування дає суспільству інформацію про те чи інше підприємство. Така інформація складається на основі ділової репутації та авторитету підприємства. Отже, рекламування за допомогою фірмових найменувань стимулює володільців таких найменувань до збереження доброї репутації на ринку.

Охоронна функція фірмового найменування полягає в повноваженнях, наданих законом власнику. Ця функція тісно пов'язана з функцією заборони. До наданих володільцю фірмового найменування повноважень належить право перешкоджати іншим особам неправомірно використовувати комерційне найменування, у тому числі забороняти таке використання. Фірмове найменування стоїть, з одного боку, на сторожі репутації власника цього найменування, а з іншого – реалізація охоронної функції здійснюється через заборону третім особам порушувати права власника, та користуватися схожим чи тотожним фірмовим найменуванням.

Висновки

На розвиток права на фірмові найменування в кожній окремій країні значною мірою вплинув розвиток міжнародного регулювання інтелектуальної власності.

На підставі аналізу сучасних поглядів на інститут фірмового найменування сформульовано висновок, що на думку більшості науковців незалежної України, фірмове найменування є ім'ям самої юридичної особи, а не власника цієї особи. На сьогодні науковці мають єдину точку зору щодо того, що фірмове найменування ідентифікує саму юридичну особу і є позначенням, що відноситься до розпізнавальних знаків, слугуючи ідентифікації підприємства, виділення його серед інших.

Література

1. Бахчисарайцев Хр. О фирме предприятия // Еженедельник советской юстиции. – 1924. – № 19-20. – С. 447-449.
2. Бошицький Ю., Козлова О. Аспекти правової охорони комерційних найменувань в Україні // Інтелектуальна власність. – № 9. – 2005. – С.8-12.
3. Бошицький Ю.Л. Роль права в охороні комерційних позначень та інших об'єктів інтелектуальної власності // Судова апеляція. – 2006. – №.4. – С. 32-38.
4. Викторова Н. Бросаем фирму добровольно // Практическая бухгалтерия. – 2004. – № 10. – С.12.
5. Голофаев В.В.Фирменное наименование

АНОТАЦІЯ

У статті розкрито поняття фірмового найменування, досліджено функції та принципи фірмового найменування юридичної особи.

SUMMARY

This article deals with the concept of brand names, functions and principles investigated the trade name of the legal entity.

вание коммерческих организаций: Диссертация канд...юрид. наук. – Екатеринбург, 2009. – 192 с.

6. Кибенко Е.Р. Корпоративное право Великобритании. Законодательство. Прецеденты. Комментарии. – К.: Юстиниан, 2003. – 368 с.

7. Кодинець А.О. Засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг у цивільному праві України: Дисертація канд... юрид. наук. – К., 2006. – 219 с.

8. Козлова О.О. Деякі проблеми визначення комерційного (фірмового) найменування в Україні // Держава і право. Юридичні і політичні науки: Збірник наукових праць.. – 20004. – Вип.26. – С. 370-375.

9. Паладій М.В. Право інтелектуальної власності на комерційне найменування / Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики: Збірник / Ю.С.Шемшученко, Ю.Л.Бошицький; Інститут держави і права ім.Корецького НАН України . – К.: Юридична думка, 2006. – С. 369-385.

10. Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності: Рекомендації Президії Вищого господарського суду України від 10.06.2004 року № 04-5/1107

// Офіційний сайт Вищого господарського суду України. – <http://www.arbitr.gov.ua>.

11. Про деякі питання практики призначення судових експертиз у справах зі спорів, пов'язаних із захистом інтелектуальної власності: Рекомендації Президії Вищого господарського суду України від 29.03.2005 року № 04-5/76 // Офіційний сайт Вищого господарського суду України. – <http://www.arbitr.gov.ua>.

12. Про практику застосування господарськими судами законодавства про захист права власності на комерційне найменування: Оглядний Лист Вищого господарського суду України від 17.04.2006 року № 01-8/845 // Вісник господарського судочинства. – 2006. – № 3

13. Сержантова Т. Фірмові фірми в Україні // Правовий тиждень. – 2006. – № 19. – С.10.

14. Федеральная республика Германия. Законы // Сост.В.Бергман, пер.с нем.Е.А.Дубовицкая. – М.:Волтерс Клувер, 2005. – 624 с.

15. Шевелева Т. Комерційне найменування – проблеми правової охорони в Україні // Інтелектуальна власність. – № 7. – 2005. – С.11-16.

16. Шершеневич Г.Ф. Учебник торгового права. – Седьмое издание. – М.: Издание Бр.Башмаковых, 1914. – 335 с.