

ЩОДО СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ КОМЕРЦІЙНОГО НАЙМЕНУВАННЯ, ФІРМОВОГО НАЙМЕНУВАННЯ, НАЙМЕНУВАННЯ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ

Ключові слова: комерційне найменування, фірмове найменування, фірма, юридична особа.

Стрімкий розвиток господарських відносин, посилення конкуренції на ринку товарів та послуг викликають необхідність належної індивідуалізації професійних учасників у цій сфері. Поряд із найменуванням, яке покликане виконувати функцію індивідуалізації, суб'єкт підприємницької діяльності має право використовувати й інші засоби індивідуалізації: комерційні найменування, знаки для товарів та послуг (торгівельні марки), географічні зазначення.

Значення комерційного найменування як засобу індивідуалізації полягає в тому, що саме завдяки йому суб'єкт створює певну ділову репутацію, яка забезпечує попит на товари та послуги, лояльність покупців, конкурентоспроможність в цілому. Через такі властивості зазначений об'єкт потребує чіткого законодавчого визначення та належної правової охорони.

На сьогодні в чинному законодавстві, а саме в Цивільному кодексі України (далі — ЦК України) [1] та Господарському кодексі України [2] (далі — ГК України) стосовно поняття комерційного найменування існує щонайменше дві проблеми: 1) відсутність цього поняття; 2) застосування різних термінів для позначення одного об'єкту.

Актуальність досліджуваного питання підтверджується кількістю наукових праць, присвячених цій проблемі, як вітчизняних, так і російських науковців, серед яких Ю.Л. Бошицький [3, с. 16–50], А.О. Кодинець [4, с. 28–33], Ю.М. Капиця [5, с. 157–177], В.Ю. Бузанов [6, с. 149–160], В. Голофаєв [7, с. 192], Д.А. Белова [8, с. 190], А.П. Сергеев [9, с. 744] та інші. Однак досі продовжується дискусія щодо поняття комерційного найменування.

Враховуючи викладене, метою дослідження є уточнення визначення понять «комерційне найменування», визначення співвідношення термінів «комерційне найменування», «фірмове найменування», «найменування юридичної особи», формулювання пропозицій з узгодження термінів у нормах чинного законодавства.

Термін «комерційне (фірмове) найменування» з'явився в правовому полі України після прийняття ЦК України 16 січня 2003 р. До цього часу в національному законодавстві використовувався термін «фірмове найменування» і «фірма», що передбачалось затвердженою ЦВК СРСР та РНК СРСР постановою «Про введення в дію положення про фірму» від 22 червня 1927 р. (далі — Положення) [10], проте не було визначення цих понять. В той же час можна стверджувати, що поняття «фірмове найменування» і «фірма» використовувались як синоніми, адже в згаданому Положенні мають місце обидва об'єкти без розмежувань покладених на них функцій. Проте введення в законодавство цього поняття не супроводжувалось його легальним визначенням. Більше того, законодавець оперує різними термінами: комерційне найменування (ст.ст. 33, 159 ГК України; ст.ст. 489–491 ЦК України); комерційне (фірмове) найменування (ст.ст. 90, 420 ЦК України; ст. 155 ГК України; ст. 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (далі — ЗУ «Про ЗНК») [11]; фірмове найменування (ст.ст. 1, 8,9 Паризької конвенції про охорону промислової власності (далі — Конвенція [12], ст. 4 ЗУ «Про ЗНК»; ст. 6 Закону України «Про

охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі — ЗУ «Про ЗТП») [13]; ст. 229 Кримінального кодексу України (далі — КК України) [14].

Відсутнє визначення поняття фірмового найменування і вимоги до нього, що забезпечують охороноспроможність зазначеного засобу індивідуалізації, також у Конвенції, яка була ратифікована 25.12.1991 р. В ній лише зазначено, що фірмове найменування охороняється в усіх країнах Союзу без обов'язкового подання заявки чи реєстрації і незалежно від того, чи є воно частиною товарного знака (ст. 8 Конвенції).

Слід зазначити, що стосовно перекладу тексту Конвенції з оригіналу є певні суперечки серед науковців. Так, в англomовному варіанті Паризької конвенції з охорони промислової власності 1883 р. вживається термін «trade name», а в оригінальному французькому варіанті — термін «le nome commercial» (Trade (англ.) — торгівля, торговий; Commercial (франц.) — комерційний, торговий). Тому поняття комерційного найменування в законодавстві зарубіжних країн пов'язане з поняттям комерсанта, тобто особи, яка здійснює підприємницьку (торгову) діяльність і внаслідок цього є суб'єктом торгового права. При здійсненні підприємницької діяльності комерсант (індивідуальний чи колективний) виступає в комерційному обороті під певним ім'ям чи найменуванням, яке називається «фірмовим або комерційним найменуванням» [15, с. 274].

У відомому коментарі до Конвенції його автором Г. Боденхаузенoм зазначено, що поняття «фірмове найменування» (le nom commercial) по-різному тлумачиться в законодавстві тих чи інших країн [16, с. 113]. Тож вести мову про однозначне розуміння положень Конвенції стосовно фірмового найменування не є доцільним, слід також звертати увагу на особливості країни-учасниці останньої.

Для вирішення питання щодо співвідношення, а також визначення понять «комерційне найменування», «фірмове найменування», «найменування юридичної особи», необхідно проаналізувати функції, які покладені на такі об'єкти чинним законодавством.

Юридична особа повинна мати своє найменування, яке містить інформацію про її організаційно-правову форму, а найменування установи повинно містити інформацію про характер її діяльності. Воно може бути повним або скороченим (ч. 1 ст. 90 ЦК України). Найменування юридичної особи вказується в її установчих документах і вноситься в єдиний державний реєстр (далі — ЄДР) (ч. 3 ст. 90 ЦК України). Більш повно вимоги до найменування юридичної особи освітлені в Наказі Міністерства юстиції України «Про затвердження Вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу» (далі — Вимоги) [17]. Так, найменування юридичної особи повинно містити інформацію про її організаційно-правову форму (крім органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів влади Автономної Республіки Крим, державних, комунальних організацій, закладів, установ) та назву. Назва юридичної особи може складатися з власної назви юридичної особи, а також містити інформацію щодо мети діяльності, виду, способу утворення, залежності юридичної особи та інших відомостей згідно з вимогами до найменування окремих організаційно-правових форм юридичних осіб. Назва юридичної особи не може містити посилання на організаційно-правову форму. При цьому найменування юридичної особи не може бути тотожним найменуванню іншої юридичної особи (ч. 1 Вимог). Про заборону використання тотожного найменування юридичної особи мова йде і в Законі України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» (далі — ЗУ «Про реєстрацію») [18]. Порушення цієї вимоги є однією з підстав відмови у проведенні державної реєстрації юридичної особи (п. 7 ч. 1 ст. 27 ЗУ «Про реєстрацію»).

Отже, з наведеного витікає, що поняття найменування юридичної особи та назва юридичної особи не є тотожними. Найменування — більш широке поняття і включає до себе інші елементи (наприклад: організаційно-правова форма) і назву. Саме остання, на наш погляд, і дозволяє найменуванню в цілому виконувати одну з головних функцій — індивідуалізацію.

Ґрунтуючись на положеннях чинного законодавства можна виділити основні функції найменування юридичної особи. Перш за все воно повинно виконувати дистинктивну функцію (індивідуалізація): 1) давати змогу особі виділитись під своїм найменуванням серед вже існуючих осіб; 2) не призводити до змішування суб'єктів на ринку товарів і послуг. Вищенаведений висновок про те, що таку функцію виконує не все найменування, а лише друга його частина — назва, витікає із заборони використання в якості назви посилання на організаційно-правову форму, яка сама по собі не дозволить вирізнити особу серед інших. Друга функція найменування юридичної особи — інформативна. Тобто найменування повинно давати змогу споживачеві або контрагентові зрозуміти напрямок діяльності конкретної юридичної особи. На це вказують вимоги законодавства стосовно організаційно-правової форми, предмету діяльності тощо. Слід зазначити, що таку функцію може використовувати як все найменування, так і лише його перша частина — організаційно-правова форма, адже і назва може містити слова або словосполучення, що також будуть вказувати на предмет діяльності юридичної особи. Третьою функцією найменування юридичної особи можна назвати забезпечувальну. Вона витікає із процедури реєстрації найменування і внесення даних в ЄДР, а також у відмові в реєстрації особи з тотожним найменуванням, що забезпечує абсолютний характер права на такий об'єкт особистих немайнових благ.

Законодавче регулювання відносин, що виникають з приводу використання комерційного найменування, полягає в наступному: юридична особа, що є підприємницьким товариством, може мати комерційне (фірмове) найменування, яке може бути зареєстроване в порядку, встановленому законом, а відомості внесені до реєстрів (ч. 2 ст. 90; ч. 3 ст. 489 ЦК України). Більше того, суб'єкт господарювання, комерційне найменування якого було включене до реєстру раніше, має пріоритетне право захисту у разі включення до реєстру пізніше такого ж комерційного найменування (ч. 2 ст. 159 ГК України). Разом із тим право інтелектуальної власності на комерційне найменування виникає з моменту його першого використання, без обов'язкової реєстрації і незалежно від того, чи є воно частиною торгівельної марки (ч. 2 ст. 489 ЦК України). При цьому правова охорона надається комерційному найменуванню, якщо воно дає можливість виділити одну особу з поміж інших і не вводить в оману споживачів стосовно її справжньої діяльності (ч. 1 ст. 489 ЦК України). В той же час допускається мати однакові комерційні найменування, якщо це не вводить в оману споживачів стосовно товарів, які особою виготовляються та (або) реалізуються, і послуг, які нею надаються (ч. 4 ст. 489 ЦК України). На наш погляд така норма може мати місце, якщо особи, що використовують однакові найменування, не знаходяться у конкурентних відносинах, адже в іншому випадку найменування не зможуть виконувати функцію індивідуалізації.

З наведеного витікає, що законодавець, використовуючи конструкцію «комерційне (фірмове) найменування» в нормах ЦК і ГК України, прирівнює поняття комерційного та фірмового найменування та застосовує їх як синоніми, а отже і функції на них покладає однакові. Так, першою функцією комерційного (фірмового) найменування є, як і у випадку із найменуванням юридичної особи, функція індивідуалізації. Це

підтверджується фактом надання правової охорони саме такому комерційному найменуванню, яке надає можливість вирізнити особу з поміж інших. Другою функцією, яка також співпадає з функцією найменування юридичної особи, є інформативна. Хоча законодавець не встановлює вимоги до вказування в комерційному найменуванні організаційно-правової форми та предмету діяльності особи, в той же час правова охорона надається лише такому комерційному найменуванню, що не вводить в оману споживачів стосовно справжньої діяльності особи. Тобто воно повинно якимось чином вказувати на предмет або сферу такої діяльності й інформувати про це споживачів та контрагентів. Аналіз законодавства дозволяє зробити висновок, що забезпечувальна функція також може виконуватись комерційним найменуванням. Це витікає з тлумачення норм про можливість внесення комерційного найменування до реєстрів та про пріоритет на таке право через процедуру реєстрації. Однак ця функція послаблена відсутністю імперативного припису стосовно реєстрації.

Отже, за функціональним призначенням об'єктів, що досліджуються, можна вести мову про їх повне співпадіння. Різниця полягає лише в тому, що найменування мають абсолютно всі юридичні особи, а комерційне (фірмове) найменування можуть мати лише підприємницькі товариства. Проте ця обставина ніяк не відображається на функціях цих об'єктів.

В доктрині також немає єдиного підходу до співвідношення і визначення понять «найменування юридичної особи», «комерційне найменування», «фірмове найменування». Розпочати аналіз більш доречно буде з праць науковців дореволюційних часів, поступово переходячи до наукових поглядів сьогодення для визначення похідних засобів індивідуалізації та простеження їх трансформації в сучасні.

Можна виділити основні погляди науковців на фірму того часу: як засіб індивідуалізації особи (купця); як засіб індивідуалізації підприємства (при цьому під підприємством розумілась торгівельна діяльність купця); як засіб індивідуалізації особи (купця) і підприємства одночасно.

П.П. Цитович розумів під фірмою одночасно й ім'я торговця, й ім'я його торгівлі [19, с. 248]. Коли торговець торгує один, його громадське ім'я є його торговим ім'ям, фірмою його торгівлі. Фірма як підпис використовується головним чином під час ведення торгівлі, отже хто розпоряджається фірмою як підписом, той розпоряджається і веденням торгівлі. Також вчений розділяв поняття «фірма» і «вивіска». Вивіска є, насамперед, публічно виставленою назвою приміщення, де зазначається рід торгівлі, дні і часи, в які вона здійснюється. Основне її завдання — відрізнити одне приміщення (із закладом) від іншого, а не самого торговця та його торгівлю.

Г.Ф. Шершеневич [20, с. 480], В.В. Розенберг [21, с. 181], Х. Бахчисарайцев [22, с. 448] вважали, що фірма є назвою торгового підприємства. Її завдання полягає в індивідуалізації підприємства, у протиставленні його іншим господарствам, які беруть участь у конкуренції.

Такі погляди вчених можна пояснити впливом Французького законодавства ХІХ ст. Одноосібний купець, разом із індивідуалізацією себе як учасника торгівельних відносин, намагався індивідуалізувати власне підприємство. Саме тому виникає особливе найменування підприємства *denomination d'établissement*, яке на відміну від фірми купця могло переходити разом із підприємством до нового власника. Згодом Законом про відчуження і заставу торгових підприємств фірму було зараховано до елементів підприємства. В законодавстві Німеччини фірма також розглядається як особливе ім'я торгового підприємства [23; 24].

В той же час підприємство розглядалося не як суб'єкт, а як об'єкт правовідносин, а фірма призначалась суб'єкту — власнику підприємства. При чому при зміні власника фірма не змінювалась, аби треті особи розуміли, що мають справу із тим самим підприємством. Тож в даному випадку фірма опосередковано індивідуалізувала підприємство.

Інша група вчених, не погоджуючись із визначенням фірми як засобу індивідуалізації підприємства, наголошувала на її приналежності саме особі.

В. Удінцев [24, с. 360], А.І. Камінка [25, с. 547], Є.Н. Данилова [26, с. 39], В. Шретер [27, с. 342] визначали фірму як ім'я особи, яким вона як власник торгівельно-промислового закладу підписується, відмежовуючи свою торгівельно-промислову сферу від сфери домашнього господарства. Зазначені вчені вважали, що погляд на фірму як на ім'я підприємства протирічить погляду на фірму, що історично склався.

Такі погляди авторів можна пояснити історичним розвитком фірми як явища та її призначенням. Адже середньовічні товариства та одноосібні купці, використовуючи фірму (а спочатку це було вказування прізвищ та імен і обов'язково їх підпис) під час укладання угод, таким чином вказували на відповідальних за цією угодою осіб. Отже, фірма мала на меті вказати саме на особу, що брала на себе певні зобов'язання і підписувалась під ним. Саме тому це явище отримало назву «фірма» з італійської «підпис», «скріпа» [8, с. 24]. Варто відзначити, що погляд на фірму як на особу-власника підприємства має схожість із сучасним правом громадянина-підприємця на використання в якості комерційного найменування власного прізвища або імені, що передбачено ч. 1 ст. 159 ГК України. Проте вести мову про розуміння фірми як сучасного найменування юридичної особи немає підстав. Перше вказує на суб'єкта — власника підприємства, а друге — на суб'єкта права.

Існував і зовсім інший підхід щодо визначення сутності фірми, який суттєво відрізнявся від попередніх.

Так В. Еренберг вважав, що не будучи індивідуалізуючою ознакою ні для власника будь-якого торгівельного підприємства, ні для певного підприємства, фірма була засобом інтерпретації (коротким, усім зрозумілим і таким, що впізнається третіми особами) способом встановлення, що дана юридична дія має відноситися до комплексу торгівельних правовідносин особи, і якщо особа має кілька підприємств, то до сфери відносин по відомому саме підприємству [21, с. 181].

Сучасні вітчизняні дослідники по-різному розглядають як поняття «фірмове найменування», «комерційне найменування», «найменування юридичної особи», так і їх співвідношення. Можна виділити щонайменше дві різні позиції науковців з цього питання.

І.В. Кривошеїна [27, с. 19], М.В. Паладій [28, с. 368–386], Т. Шевелева [29, с. 11–16], О.О. Козлова [30, с. 260–300] вважають, що поняття «комерційне найменування» є більш широким, ніж поняття фірмове найменування, і що із самої назви «фірмове найменування» випливає його приналежність саме структурі, організації, підприємству. Автори прирівнюють поняття «найменування юридичної особи» та «фірмове найменування». Поняття ж комерційного найменування розглядають як таке, що може належати будь-якому суб'єкту (як юридичній, так і фізичній особі), що здійснює комерційну діяльність.

Можна погодитись із думкою авторів стосовно ототожнення понять «фірмове найменування» та «найменування юридичної особи» з огляду на їх однакове функціональне призначення. Проте використання одночасно двох термінів для

позначення одного об'єкта може ускладнити використання і захист останнього на практиці. Тож пропонуємо залишити конструкцію «фірмове найменування» як таку, що історично склалась, і яка вказує на її приналежність певній організації.

С.І. Іщук [31, с. 46–51], Н.С. Кузнецова [32, с. 446–459], О.В. Кохановська [32, с. 446–459], Ю.Л. Бошицький [3, с. 16–50] вважають поняття «комерційне найменування» і «фірмове найменування» синонімічними і роблять висновок про те, що «комерційне найменування» і «найменування юридичної особи», згідно із сучасним законодавством, є різними і незалежними один від одного засобами ідентифікації в цивільному обігу.

Деякі автори, серед яких О. Дорошенко [33, с. 43–51], К. Щукіна, А. Кодинець [4, с. 28–33] під комерційним (фірмовим) найменуванням розуміють спеціальне позначення, що дозволяє ідентифікувати юридичну особу та вирізнити її серед інших. На наш погляд, некоректно прирівнювати слова «найменування» і «позначення» і одне розуміти під іншим. Адже з тлумачення цих слів витікає, що під найменуванням можна розуміти саме словесну назву, тоді як під позначенням окрім словесної назви можуть бути і будь-які знаки, символи тощо [34].

Таким чином, аналіз законодавства і доктринальних положень дозволяє зробити висновок щодо визначення об'єктів, що досліджуються: під найменуванням підприємницької організації пропонується вважати саме фірмове найменування (ця конструкція найбільш вдало відображає сутність та функції об'єкту, що історично склалась), а для інших видів юридичних осіб — найменування (назву). Адже, як визначено в тлумачному словнику [34], найменування (назва) — це словесне позначення речі або явища. Явище у свою чергу тлумачиться в таких контекстах, як прояв, вираження сутності будь-чого, те, в чому вона виявляється; будь-який прояв будь-чого; подія, випадок [35].

В нашому випадку слід розглядати явище саме як прояв, вираження сутності товариства. З цього витікає, що фірмове найменування — це найменування, що виражає сутність товариства.

Виходячи з наведеного, пропонуємо під фірмовим найменуванням розуміти словесне найменування юридичної особи, що є підприємницькою організацією, яке вказується в установчих документах і вноситься до ЄДР і дозволяє вирізнити цю особу з-поміж інших та не вводити в оману споживачів щодо її справжньої діяльності.

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 40–44.

2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 18–22.

3. Бошицький Ю.Л. Сучасні проблеми правової охорони комерційних позначень в Україні / Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики/ За ред. Ю.С. Шемшученка, Ю.Л. Бошицького. — К., 2006. — С. 16–50.

4. Кодинець А.О. Правовий статус комерційних (фірмових) найменувань за законодавством України // Юридична Україна. — 2005. — № 2. — С. 28–33.

5. Каница Ю.М. Проблеми адаптації національного законодавства з інтелектуальної власності до вимог СОТ // Інтелектуальна власність в Україні: проблеми теорії і практики: Зб. наук. статей / за ред. Ю.С. Шемшученка, Ю.Л. Бошицького. — К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2002. — С. 157–177.

6. Бузанов В.Ю. Генезис фирмы в российском праве (исторический очерк) // Журнал российского права. — 2002. — № 6. — С. 149–160.

7. Голофаев В.В. Фирменное наименование коммерческих организаций: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.13 / Виталий Викторович Голофаев. — Екатеринбург, 1999. — 192 с.

8. Белова Д.А. Правовая охрана фирменных наименований и коммерческих обозначений в Российской Федерации: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Дина Александровна Белова. — М., 2004. — 190 с.

9. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: учеб. — 2-е изд. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. — 744 с.

10. Положение о фирме: Постановление Совнаркома УССР от 25 сентября 1924 г. // Собрание Узаконий УССР. — 1924. — № 39.

11. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 7 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 36 — Ст. 164.

12. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 р. Публікація № 201(R). — Женева: Всесвітня організація інтелектуальної власності, 1990.

13. Про охорону прав на знаки для товарів та послуг: Закон України від 15 грудня 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1994. — № 7 — Ст. 36.

14. Кримінальний кодекс України від 5 квітня 2001 року // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 25–26.

15. Право інтелектуальної власності Європейського Союзу та законодавство України / За ред. Ю.М. Капіци; Кол. авторів: Ю.М. Капіца, С.К. Ступак, В.П. Воробйов та ін. — К.: Видавничий дім «Слово», 2006. — 274 с.

16. Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: [комментарий] / Г. Боденхаузен; [пер. с франц. Тумановой Н.Л.; под. ред. Богуславского М.М.]. — М.: Прогресс, 1977. — 113 с.

17. Про затвердження Вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу: Наказ Міністерства юстиції України від 5 березня 2012 р. № 368/5. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0367-12>

18. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців: Закон України від 15 травня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 31–32.

19. Цитович П.П. Очерк основных понятий торгового права / П.П. Цитович. — К.: Типография И.Н. Кушнерева, 1886. — 248 с.

20. Шершеневич Г.Ф. Учебник торгового права / Г.Ф. Шершеневич. — [7-е изд.]. — М.: Издание Бр. Башмаковых, 1914. — 480 с.

21. Розенберг В.В. Фирма. Догматический почерк / В.В. Розенберг. — СПб., 1914. — 181 с.

22. Бахчисарайцев Х. О фирме предприятия / Х. Бахчисарайцев // Еженедельник советской юстиции. — 1924. — № 19–20. — С. 448.

23. Удинцев В.А. Избранные труды по торговому и гражданскому праву / В.А. Удинцев. — М.: АО «Центр ЮРИнфоР», 2003. — 360 с.

24. Каминка А.И. Очерки торгового права / А.И. Каминка. — СПб., 1911. — 547 с.

25. Данилова Е.Н. Фирма и название предприятия. — СПб., 1915. — 39 с.

26. Шретер В.Н. Советское хозяйственное право / В.Н. Шретер. — Москва–Ленинград, 1928. — 342 с.

27. Кривошейна І.В. Фірмове найменування: регулювання та правова природа за законодавством України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 «Цивільне

право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / І.В. Кривошеїна. — К., 2007. — 19 с.

28. *Паладій М.В.* Право інтелектуальної власності на комерційне найменування / Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики / За ред. Ю.С. Шемшученка, Ю.Л. Бошицького. — К., 2006. — С. 368–386.

29. *Шевелева Т.* Комерційне найменування: проблеми правової охорони в Україні // Інтелектуальна власність. — 2005. — № 7. — С. 11–16.

30. *Козлова О.О.* Комерційні (фірмові) найменування: основні правові питання / Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики / За ред. Ю.С. Шемшученка, Ю.Л. Бошицького. — К., 2006. — С. 260–300.

31. *Іщук С.* Структура комерційного (фірмового) найменування // Юридична Україна. — 2008. — № 8. — С. 46–51.

32. *Кузнєцова Н.С., Кохановська О.В.* Найменування юридичної особи і комерційне найменування: проблема співвідношення, регулювання і захисту / Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики // За ред. Ю.С. Шемшученка, Ю.Л. Бошицького. — Київ, 2006. — С. 446–460.

33. *Дорошенко О., Щукіна К.* Структура комерційного найменування // Теорія і практика інтелектуальної власності. — 2009. — № 3. — С. 43–51.

34. *Толковый словарь русского языка:* В 4 т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.» ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940. — Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/dict/ushakov/%D0%9D/57?q=>

35. *Ожегов С.* Словарь русского языка (1949, 22-е издание, 1990; с 1992 — «Толковый словарь русского языка», совместно с Н.Ю. Шведовой). — Режим доступа: <http://slovari.299.ru/word.php?id=17061&sl=oj>