

ЦИВІЛІСТИКА

АНДРЕЙЧУК Л. В.,
здобувач кафедри
інтелектуальної власності,
інформаційного та корпоративного права
(Львівський національний університет
імені Івана Франка)
суддя
(Господарський суд
Закарпатської області)

УДК 347.772.3

ФУНКЦІЇ КОМЕРЦІЙНОГО НАЙМЕНУВАННЯ

У статті досліджувалися теоретичні питання функцій комерційного найменування. Здійснено аналіз чинного законодавства щодо правового регулювання цих відносин. Проаналізовано теоретичні позиції з предмета дослідження та судову практику щодо вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав на комерційні найменування.

Ключові слова: комерційне найменування, функції, суб'єкт господарювання, інтелектуальна власність.

В статье исследовались теоретические вопросы функций коммерческого наименования. Осуществлен анализ действующего законодательства относительно правового регулирования этих отношений. Проанализированы теоретические позиции по предмету исследования и судебная практика по разрешению споров, связанных с защитой прав на коммерческие наименования.

Ключевые слова: коммерческое наименование, функции, субъект хозяйствования, интеллектуальная собственность.

The article examines issues of intellectual property right on commercial (trade) names and its functions. There were analysed the theoretical positions, the positions of courts' practices on the subject of this scientific research (resolving disputes related to the protection of commercial names). The analysis of legal regulation of these relations was done.

Key words: commercial name, functions, business entity, intellectual property.

Вступ. Комерційне найменування є одним із засобів індивідуалізації юридичних осіб підприємницького типу та фізичних осіб – підприємців, які можуть використовувати у своїй діяльності комерційне найменування. Комерційне найменування є об'єктом права інтелектуальної власності, який дозволяє вирізнити на ринку певного суб'єкта господарювання. Зважаючи на значну поширеність використання на практиці суб'єктами господарювання комерційних найменувань, існує гостра проблема у належному правовому регулюванні цих відносин. Водночас на законодавчому рівні прийнято небагато правових норм, що регулюють відносини, пов'язані з виникненням прав на комерційне найменування, порядком їх здійснення та захисту.



Комерційне найменування як об'єкт права інтелектуальної власності було предметом досліджень окремих науковців у межах дисертаційних досліджень (А. О. Кодинець «Засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг у цивільному праві України», 2006 р. [1], І. В. Кривошеїна «Фірмове найменування: регулювання та правова охорона за законодавством України», 2007 р. [2], С. І. Ішук «Право інтелектуальної власності на комерційне (фірмове) найменування», 2009 р. [3] та інші). Результати цих досліджень, безумовно, заслуговують на увагу і будуть предметом аналізу, проте вони виконувалися досить давно, відтак актуальним є проведення нового дослідження проблематики комерційних найменувань з урахуванням поточного стану існування відносин між суб'єктами господарювання. Окрім дисертаційних досліджень, окремі питання щодо комерційних найменувань досліджувалися і іншими науковцями, зокрема, Ю. Л. Бошицьким [4], В. М. Крижною [5], В. М. Мартином [6], Л. Л. Тарасенком [7] та іншими. Однак ці дослідження мали вибірковий характер та комплексно не охоплювали проблематику цього правового інституту.

Постановка завдання. Метою статті є характеристика функцій комерційного найменування як засобу індивідуалізації суб'єктів господарювання, обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення правового регулювання цього об'єкту права інтелектуальної власності.

Результати дослідження. Сутність комерційного найменування проявляється через його функції. Функція з латинської. *functio* – виконання, здійснення. Саме через функції отримуємо зовнішній прояв певного явища. Функції комерційного найменування – це його прояв назовні, здійснення з його допомогою певних завдань, що розкривають сутнісний зміст, призначення.

У науковій літературі висловлена думка, що єдиною функцією комерційного найменування є індивідуалізація суб'єкта серед інших учасників цивільного обороту [8, с. 169; 9, с. 342]. Цю функцію іменують дистинктивною від латинського *distinctio* – розрізнення, розмежування. Адже, діючи під обраним комерційним найменуванням, суб'єкт виділяється серед інших, пропонує свої товари (роботи, послуги), укладає відповідні договори, здійснює рекламу, вчиняє інші дії як приватноправового, так і публічно-правового характеру (отримає ліцензії, дозволи, необхідні для здійснення діяльності, сплачує податки та збори тощо).

Аналізуючи цю основну функцію, висловлюється думка, що вона може проявлятися через інші допоміжні або і цілком незалежні функції. Зокрема, В. Ю. Бузанов указує, що комерційне найменування може виконувати вторинну функцію і бути зовнішнім носієм ділової репутації суб'єкта [10, с. 3]. Як окрему функцію комерційного найменування Д. А. Белова розглядає функцію «клієнти». На її думку, сутність цієї функції полягає у тому, що у процесі використання комерційного найменування воно набуває властивостей промислової інформації, тобто засобу, спрямованого на залучення нових клієнтів та утримання вже існуючих [11, с. 11].

Окремо виділяють функцію рекламування. Її зміст полягає у тому, що комерційне найменування може бути складовою рекламної інформації про суб'єкта, що у кінцевому підсумку закріплює за ним певну ділову репутацію на ринку [12, с. 20].

С. Ішук вважає, що у складі основної функції комерційного найменування як засобу індивідуалізації суб'єкта господарювання доцільно виділити окрему складову (підфункцію) – функцію гарантії. Хоча, на його думку, функція гарантії властива іншому засобу індивідуалізації учасників господарського обороту – торговельній марці, її варто застосовувати за аналогією до комерційного (фірмового) найменування. Це пов'язано з тим, на думку автора, що і торговельна марка, і комерційне найменування належать до однієї групи об'єктів права інтелектуальної власності і тому виконують подібні функції. Суб'єкт господарювання, маючи позитивну ділову репутацію на ринку, може символізувати своїм комерційним найменуванням належне виконання взятих на себе зобов'язань, а також обов'язкову відповідальність у випадку їх порушення [3, с. 9].

На нашу думку, навряд чи можливо вести мову про функцію гарантії комерційного найменування. Його використання суб'єктом навіть з дуже високою та надійною репута-



цією на ринку саме по собі не гарантує ні належного виконання договірних зобов'язань, ні несення відповідальності у разі їх порушення. Адже при настанні будь-яких фінансових ризиків загального характеру суб'єкт господарювання піддається ризику невиконання взятих на себе зобов'язань. Відтак ці ризики можуть позначитися і на його контрагентах. Тому функція гарантії, яку нібито виконує комерційне найменування, не відбудеться.

У науковій літературі також висловлені аргументи на користь такої функції комерційного найменування, суть якої полягає у тому, що саме комерційне найменування є немайновим елементом нематеріальних активів суб'єкта господарювання [10, с. 4; 13, с. 8].

Відповідно до п. 14.1.40. ст. 14 Податкового кодексу України гудвіл (вартість ділової репутації) – нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між ринковою ціною та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу, що виникає у результаті використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій тощо. Вартість гудвілу не підлягає амортизації і не враховується під час визначення витрат платника податку, щодо активів якого виник такий гудвіл. Таким чином на вартість гудвілу впливає низка чинників, серед яких і комерційне найменування, під яким суб'єкт господарювання діє на ринку. Але саме по собі комерційне найменування не формує вартості гудвілу. Визначальним усе ж таки є якість, ціна, споживчі характеристики та інші економічні критерії, які обирає споживач, орієнтуючись на конкретне комерційне найменування. Спочатку саме вони формують та впливають на характеристику ділової репутації суб'єкта господарювання. А, уже згодом, завоювавши певний авторитет на ринку, суб'єкт господарювання асоціюється з певним комерційним найменуванням, що приносить йому прибуток. Тому видається недоцільно «приписувати» комерційному найменуванню окрему самостійну функцію у формуванні вартості гудвілу.

С. Ішук стверджує, що виділення інших окремих і самостійних функцій комерційного найменування (окрім як функції засобу індивідуалізації та складової гудвілу) є безпідставним, оскільки вони лише деталізують і пояснюють дві основні функції [3, с. 10]. Загалом погоджуючись з висловленою позицією, хочемо висловити власні аргументи. Питання про функції (їх види, класифікації) комерційного найменування носить теоретичний характер. Але змістовне розуміння цих функцій допомагає з'ясувати сутнісний зміст комерційного найменування та його роль у цивільному обороті.

Як об'єкт інтелектуальної власності комерційне найменування відносять до засобів індивідуалізації суб'єктів господарювання. У цьому і є його основна функція – індивідуалізація суб'єкта. Саме з позицій суб'єкта господарювання цінність комерційного найменування зводиться насамперед до засобу його індивідуалізації. Діяльність суб'єкта формує вартість комерційного найменування. Успішне комерційне найменування визначає ділову репутацію суб'єкта на ринку. Це взаємопов'язані, взаємообумовлені явища.

Варто розглянути функції комерційного найменування зі сторони інших учасників ринку (контрагентів цього суб'єкта господарювання, споживачів його товарів, робіт, послуг). Видається, що для них комерційне найменування виконує не менш важливі функції, а саме: інформаційну функцію. Адже саме комерційне найменування і є первинною інформацією про суб'єкта господарювання для його контрагентів та для споживачів. Останні, обираючи на ринку товари, роботи, послуги, орієнтуються на комерційне найменування. Воно несе первинний мінімум інформації про ділову репутацію самого суб'єкта, якість, споживчі властивості товарів, робіт, послуг, що пропонуються під комерційним найменуванням тощо. Інколи достатньо одного комерційного найменування для вирішення проблеми вибору договірного контрагента чи постачальника товарів, робіт, послуг. Загальновідомі комерційні найменування виробників спортивного одягу та взуття Adidas, Nike, виробників солодощів Світоч, Рошен несуть достатньо інформації для споживача про якість та інші характеристики відповідних товарів. Тому інформаційна функція вельми важлива та характеризує комерційне найменування суб'єкта, його статус на ринку.

Варто звернути увагу і на ту обставину, що комерційне найменування виконує охоронну функцію. Як уже зазначалося комерційне найменування охороняється за правом його першого



використання. Права на нього не підлягають реєстрації. Тому, використовуючи певне комерційне найменування, суб'єкт господарювання отримує охорону своїх прав на нього. Своєю чергою комерційне найменування охороняє і суб'єкта, індивідуалізуючи його, підкреслюючи саме його репутацію, якості, добросовісність, стабільність на ринку тощо. Тому така функція є не менш важливою та підкреслює значущість для суб'єкта його комерційного найменування.

У судовій практиці справи про порушення прав на комерційне найменування, саме з огляду на порушення функції індивідуалізації суб'єкта господарювання, доволі поширені.

До господарського суду м. Києва звернулося ТОВ «ТЕХНОЛОГІЯ-М» з позовом до ТОВ «ТЕХНОЛОГІЯ М» про припинення порушення прав інтелектуальної власності. В обґрунтування заявлених вимог позивач посилався на те, що ТОВ «ТЕХНОЛОГІЯ-М» зареєстроване згідно з чинним законодавством України у 2002 році та здійснює господарську діяльність у сфері будівництва та надання ексклюзивних і складних консультативних послуг. З метою персоніфікації своїх послуг серед інших, позивач у своїй господарській діяльності використовує позначення «ТЕХНОЛОГІЯ-М» та «TECHNOLOGY-М» як власне комерційне (фірмове) найменування. Таким чином, як стверджував позивач, за правом першого використання він отримав відповідні права на комерційне найменування.

У 2013 році відповідач зареєстрував та використовує у господарській діяльності найменування «Товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕХНОЛОГІЯ М», чим порушує права позивача на комерційне (фірмове) найменування.

Судом встановлено, що позивач, ТОВ «ТЕХНОЛОГІЯ-М», зареєстрований у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань 30 квітня 2002 року, за відповідним реєстровим записом та здійснює господарську діяльність за конкретними напрямками відповідно до Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД). Відповідач, ТОВ «ТЕХНОЛОГІЯ М», зареєстрований у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань 10 жовтня 2013 року за відповідним реєстровим записом та здійснює схожу господарську діяльність.

Таким чином суд встановив, що позивач використовує комерційне (фірмове) найменування «ТЕХНОЛОГІЯ-М», починаючи з 2002 року, у той час як відповідачем зареєстровано найменування «ТЕХНОЛОГІЯ М» лише у 2013 році. Суд дійшов висновку про те, що найменування «ТЕХНОЛОГІЯ-М» та «ТЕХНОЛОГІЯ М» є однаковими, позивач і відповідач у справі займаються однаковими видами діяльності, функціонують на одному ринку товарів і послуг та споживачі можуть змішувати послуги, які ними надаються.

Суд погодився з доводами про порушення відповідачем прав інтелектуальної власності позивача на комерційне (фірмове) найменування «ТЕХНОЛОГІЯ-М». Рішенням суду позовні вимоги повністю задоволені. У резолютивній частині судового рішення зазначено про зобов'язання ТОВ «ТЕХНОЛОГІЯ М» (відповідача у справі) припинити порушення прав ТОВ «ТЕХНОЛОГІЯ-М» (позивача) на комерційне найменування «ТЕХНОЛОГІЯ-М». Відповідачу заборонено використовувати без письмового дозволу позивача комерційне найменування «ТЕХНОЛОГІЯ-М». Відповідача також зобов'язано здійснити реєстраційні дії щодо зміни найменування «ТЕХНОЛОГІЯ М» [14].

У цій, на перший погляд, простій справі, відповідач явно порушив права позивача на комерційне (фірмове) найменування. Комерційне найменування має виконувати свою основну функцію – засобу індивідуалізації суб'єкта господарювання. Як вбачається з обставин справи, найменування позивача і відповідача ідентичні, єдина відмінність – у наявності дефіса у комерційному найменуванні позивача.

У п. 80 постанови Пленуму Вищого господарського суду України від 17 жовтня 2012 року «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» зазначено, що закон допускає можливість наявності у двох і більше осіб однакових комерційних (фірмових) найменувань за умови, що це не вводить в оману споживачів щодо товарів, які вони виробляють та/або реалізують та послуг, які ними надаються. Відповідна ситуація можлива, коли виробництво та/або реалізація товарів, надання послуг здійснюються на територіально розмежованих ринках або особи з однаковими комерційними (фірмови-



ми) найменуваннями спеціалізуються на виробництві (наданні) різних товарів (послуг). Для правильного вирішення пов'язаних з цим спорів господарським судам належить з'ясувати, що саме є комерційним (фірмовим) найменуванням, – слово чи словосполучення, повна чи скорочена назва підприємства, а також яким видом діяльності займаються позивач і відповідач у справі, чи функціонують вони на одному ринку товарів і послуг, чи можуть споживачі змішувати послуги, які ними надаються, та, зрештою, чи є комерційні (фірмові) найменування сторін однаковими; при цьому судам слід мати на увазі, що тотожність окремих елементів комерційних (фірмових) найменувань не свідчить про тотожність таких найменувань у цілому. Якщо ж суб'єкт права інтелектуальної власності на комерційне (фірмове) найменування наполягає на тому, щоб воно не використовувалося іншою особою, він повинен довести у господарському суді пріоритетність свого права інтелектуальної власності на комерційне (фірмове) найменування (тобто момент першого використання ним даного найменування) і обґрунтувати, чому наявність того самого комерційного найменування в іншій особі порушує його права та охоронювані законом інтереси – наприклад, вводячи в оману споживачів, завдає шкоди його діловій репутації або має на меті використання його власної популярності у споживачів.

Власне у даній справі позивач і довів, що використання відповідачем його комерційного найменування шкодить діловій репутації позивача, вводить в оману споживачів. За таких обставин комерційне найменування не виконує функції індивідуалізації суб'єкта господарювання. Разом з тим, комерційне найменування не виконує й інформаційної функції для споживачів відповідних послуг. Тому цілком вірно суд постановив законне та обґрунтоване рішення на користь позивача у справі. Використовуване комерційне найменування охороняє суб'єкта від порушень його прав з боку інших суб'єктів господарювання. Сигналізуючи про факт його використання конкретним суб'єктом, комерційне найменування, образно кажучи, доводить до відома інших про неправомірність їхніх дій щодо використання тотожного чи настільки схожого найменування, яке вводить в оману споживачів щодо товарів, які вони виробляють та/або реалізують і послуг, які ними надаються.

Деякі дослідники пропонують також виділяти запобіжну функцію, сутність якої у тому, що фірмове найменування не дає ввести в оману споживачів щодо справжньої діяльності суб'єкта господарювання [15, с. 2]. Такої позиції дотримується і І. В. Кривошеїна, яка доводить, що фірмове найменування, по-перше, має відображати реальну організаційно-правову форму підприємства, а по-друге, воно ідентифікує певну юридичну особу, яка надає ті чи інші послуги або виробляє товар. Таким чином, воно запобігає змішуванню з іншими суб'єктами господарювання, виділяючи конкретну особу серед інших учасників цивільного обігу [2, с. 12].

Хоча правовий режим комерційних (фірмових) найменувань у країнах Європейського Союзу та США суттєво відрізняється, зокрема є відмінності у правовій природі цього інституту, у термінології, за колом суб'єктів права на комерційне (фірмове) найменування та за умовами надання правової охорони, функції такого засобу індивідуалізації, як комерційне найменування, на нашу думку, є певним спільним знаменником у цьому контексті, який об'єднує усі вищезгадані країни і Україну.

Так, сама сутність комерційного (фірмового) найменування передбачає функцію індивідуалізації суб'єкта господарювання, якщо комерційне найменування не виконуватиме таку функцію, руйнуватиметься сам фундамент його правової природи незалежно від того, про яку країну йдеться. Функція рекламування також, безперечно, притаманна комерційному (фірмовому) найменуванню у всіх досліджуваних країнах, оскільки суб'єктами права на цей засіб індивідуалізації є саме суб'єкти підприємницької діяльності, які ставлять у своєму господарюванні собі за мету отримання прибутку, а, отже, вдаються до залучення споживачів, серед іншого, способом використання свого комерційного (фірмового) найменування. До наданих власнику комерційного (фірмового) найменування повноважень у всіх досліджуваних країнах належить право перешкоджати іншим особам неправомірно використовувати комерційне найменування, у тому числі забороняти таке використання. Таким чином, доходимо до висновку, що охоронна функція також є актуальною як для України, так і для США та країн ЄС.



Висновки. Функції комерційного найменування – це його прояв назовні, здійснення з його допомогою певних завдань, що розкривають сутнісний зміст, призначення. Основною функцією комерційного найменування є індивідуалізація суб'єкта серед інших учасників цивільного обороту. Комерційне найменування виконує і інформаційну функцію, адже саме комерційне найменування є первинною інформацією про суб'єкта господарювання для його контрагентів та для споживачів. Використовуючи певне комерційне найменування, суб'єкт господарювання отримує охорону своїх прав на нього, а своєю чергою комерційне найменування охороняє і суб'єкта, індивідуалізуючи його, підкреслюючи саме його репутацію, якості, добросовісність, стабільність на ринку тощо.

Список використаних джерел:

1. Кодинець А. О. Засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг у цивільному праві України : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. юрид. наук, спец. : 12.00.03 / А. О. Кодинець. – Київ, 2006. – 20 с.
2. Кривошеїна І. В. Фірмове найменування: регулювання та правова охорона за законодавством України : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. юрид. наук, спец. : 12.00.03 / І. В. Кривошеїна. – Київ, 2007. – 18 с.
3. Іщук С. І. Право інтелектуальної власності на комерційне (фірмове) найменування : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. юрид. наук, спец. : 12.00.03 / С. І. Іщук. – Київ, 2009. – 20 с.
4. Бошицький Ю. Л. Аспекти правової охорони комерційних найменувань в Україні / Ю. Л. Бошицький, О. О. Козлова // Інтелектуальна власність. – 2005. – № 9. – С. 8–12.
5. Крижна В. М. Комерційне найменування – ім'я суб'єкта підприємництва чи його комерційний псевдонім / В. М. Крижна // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2008. – № 5. – С. 16–20.
6. Мартин В. М. Охорона прав на комерційне найменування / В. М. Мартин // Інтелектуальне право України / за заг. ред. проф. О. С. Яворської. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. – С. 335–343.
7. Тарасенко Л. Л. Захист прав інтелектуальної власності на комерційне найменування / Л. Л. Тарасенко ; за заг. ред. проф. О. С. Яворської. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. – С. 502–505.
8. Підпригора О. О. Законодавство України про інтелектуальну власність / О. О. Підпригора. – Х. : Консум, 1997. – 192 с.
9. Дроб'язко В. С. Право інтелектуальної власності : [навчальний посібник] / В. С. Дроб'язко, Р. В. Дроб'язко. – К. : Юрінком Інтер, 2004. – 512 с.
10. Бузанов В. Ю. Правовой режим фирменных наименований в российском гражданском праве : автореф. дисс. на соискание ученой степени кандидата юридических наук : спец. 12.00.03 / В. Ю. Бузанов. – М., 2003. – 20 с.
11. Белова Д. А. Правовая охрана фирменных наименований и коммерческих обозначений в Российской Федерации : автореф. дисс. на соискание ученой степени кандидата юридических наук : спец. 12.00.03 / Д. А. Белова. – М., 2004. – 20 с.
12. Кривошеїна І. Порівняння комерційного найменування і торговельної марки / І. Кривошеїна // Інтелектуальна власність. – № 9. – 2004. – С. 20.
13. Голофаев В. В. Фирменное наименование коммерческих организаций : автореф. дисс. на соискание ученой степени кандидата юридических наук : спец. 12.00.03 / В. В. Голофаев. – Екатеринбург, 1999. – 20 с.
14. Рішення господарського суду м. Києва від 15.03.2016 р. у справі № 910/30537/15 // Єдиний державний реєстр судових рішень. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/56644199>.
15. Шевелева Т. Комерційне найменування: проблеми правової охорони в Україні / Т. Шевелева // Інтелектуальна власність. – 2005. – №12 (100). – С. 2.

