

визначити відповідальні органи, які будуть здійснювати контроль, та способи його здійснення. Однак така стратегія монетизації, замість обмеження, має потенціал набагато краще забезпечити майнові права авторів та принести їм ще одне джерело доходів. Це позитивно вплине на економіку в цілому і ще на крок наблизить нас до європейської інтеграції, у процесі якої вирішення проблеми дотримання авторського права у кіберпросторі в Україні є пріоритетним напрямком, встановленим Угодою про Асоціацію [6].

### **Список використаних джерел:**

1. Barlow J. A Declaration of the Independence of Cyberspace / John Perry Barlow // February 8, 1996 from Davos, Switzerland [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.eff.org/cyberspace-independence>.
2. Бондаренко С. В. Авторське право та суміжні права / С. В. Бондаренко. – К. : Ін-т інтел. власн. і права, 2008. – 288 с.
3. Жилінкова О. В. Розпорядження правами інтелектуальної власності у мережі Інтернет / О. В. Жилінкова // Юридична Україна – 2011. – № 4. – С. 52–57.
4. Рассолов И. М. Право и Интернет. Теоретические проблемы / И. М. Рассолов – 2-е изд., доп. – М. : НОРМА, 2009–384 с.
5. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23 грудня 1993 року № 3792-ХІІ // Відомості Верховної Ради. – 1994. – № 16. – Ст. 64.
6. Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Ратифіковано Законом України № 1678-VII від 16 вересня 2016 року // Офіційний вісник України. – 2014. – № 75. – Том 1. – Ст. 2125.

**Шевченко Н.О., Неживенко В.В.**

*студенти,*

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

## **ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТТЯ «КОМЕРЦІЙНЕ НАЙМЕНУВАННЯ» ТА ВИМОГИ ДО НЬОГО**

На сьогоднішній день таке поняття як «комерційне найменування» є новим для Українського законодавства. «Фірмове найменування» – саме таку назву носив вище згаданий інститут за чинним раніше законодавством. Цей термін закріплений у міжнародно-правових актах, де Україна виступає безпосереднім учасником, а також в окремих актах законодавства України. З огляду на це, в ст. 420 Цивільного кодексу України, де міститься перелік об'єктів права інтелектуальної власності, згадуються «комерційні (фірмові) найменування». Тобто поняття «комерційне найменування» і «фірмове найменування» розглядаються як синонімічні.

У своїй статті Кеєр Юлія вказує на те, що значення комерційного найменування як засобу індивідуалізації полягає у створенні суб'єктом певної ділової репутації, 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 [2, с. 271].

Важливо зауважити, що в чинному законодавстві, а саме в Цивільному кодексі України та Господарському кодексі України стосовно поняття комерційного найменування існує щонайменше дві проблеми:

1) відсутність цього поняття;

2) застосування різних термінів для позначення одного об'єкту [2, с. 271].

Комерційне найменування має відповідати ряду вимог. У зв'язку з цим Кубах А.І. вказує на наступні принципи:

– істинність фірми – полягає в тому, що комерційне найменування не має вводити споживачів в оману щодо справжньої діяльності особи (ст. 489 ЦК України). Цей принцип тлумачать враховуючи принцип свободи підприємницької діяльності (ст. 3 ЦК України) і положень про правоздатність юридичної особи (ст. 91 ЦК України);

– виключність фірми – сам принцип виключності означає, що комерційне найменування дає можливість відрізнити цю особу з-поміж інших (ст. 489 ЦК України). Основне призначення комерційного найменування – індивідуалізація певної особи. Як правило, це забезпечується оригінальністю комерційного найменування, котре мусить бути відмінним від існуючих на даний момент комерційних найменувань решти осіб;

– постійність фірми – передбачає стабільність комерційного найменування, котре гарантується, як правило, на протязі всього часу існування юридичної особи.

Хочеться звернути увагу на те, що поняття «комерційне найменування» власним змістом передбачає відношення лише суб'єктів підприємницької діяльності. Вище сказане відображено у ст. 90 ЦК України, яка закріплює право на комерційне найменування не за всіма юридичними особами, а лише за підприємницькими товариствами. До них ЦК України зараховує господарські товариства й виробничі кооперативи. Крім цього, до суб'єктів права на комерційне найменування належать також передбачені ГК України приватні підприємства, що здійснюють підприємницьку діяльність, державні комерційні підприємства, комунальні комерційні підприємства [5, с. 152].

Аналізуючи сучасний період розвитку інституту комерційного найменування, слід відмітити, що інтерес до такого об'єкту не згасає з початку набуття незалежності Україною. Саме в цей час були прийняті перші нормативні акти в сфері регулювання відносин інтелектуальної власності. Вітчизняні науковці підтримували і підтримують позицію, відповідно до якої комерційне найменування є ідентифікатором саме юридичної особи. Так, Святоцький О.Д. визначає комерційне (фірмове найменування) як позначення, що відноситься до розпізнавальних знаків, і служить для розпізнавання підприємства, виділення його серед інших.

Підопригора О.О. пропонувала визначати комерційне найменування як назву будь-якого підприємства, установи чи організації, що має статус юридичної особи. Калятін В.О. пропонує під комерційним найменуванням розуміти позначення юридичної особи, що дозволяє відрізнити її від інших учасників економічного обігу, ідентифікувати його [4, с. 163].

Звернувшись до цивільного кодексу (книга 4, глава 43) про «Право інтелектуальної власності на комерційне найменування» стаття 489. Правова охорона комерційного найменування ми визначили, що вимоги до структури комерційного найменування міститься також у спеціальних законах. Зокрема, згідно ст. 15 Закону України «Про банки і банківську діяльність» найменування банку має містити слово «банк», а також вказівку на організаційно-правову форму банку. При цьому, слово «банк» та похідні від нього дозволяється використовувати у назві лише тим юридичним особам, які зареєстровані Національним банком України як банк і мають банківську ліцензію. Слова «фондова біржа» та похідні від них дозволяється використовувати лише юридичним особам, які створені та функціонують відповідно до вимог Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок».

5. Комерційне найменування тісно пов'язане з іншими засобами індивідуалізації, насамперед, з торговельними марками.

Загалом, «комерційне найменування» та «торговельна марка» мають багато спільних рис: вони обидва стосуються об'єктів, що забезпечують індивідуалізацію підприємців, права на їх використання мають абсолютний характер. Крім того, оригінальне словесне позначення може вживатися одночасно у вигляді торговельної марки та розрізняльної частини комерційного найменування. Проте, існує різниця між об'єктами, які можуть використовуватися у вигляді комерційного найменування та торговельної марки. Торговельними марками можуть бути слова, літери, цифри, зображувальні елементи, будь-які інші позначення чи їх комбінації, придатні для вирізнення товарів і послуг особи. Комерційне найменування існує лише у вигляді словесного позначення, структура якого включає обов'язкову вказівку на організаційно-правову форму особи [6, с. 492].

Комерційне найменування може використовуватися в двох цілях:

1) для того, щоб показати якою саме підприємницькою діяльністю займається особа;

2) для можливості продати дане найменування разом із продажем бізнесу.

Ще одна важлива функція комерційного найменування, котра широко використовується за рубежем, не одержала втілення в кодексах – можливість передачі права користування комерційним найменуванням іншим особам, що здійснюється, як правило, шляхом укладання договору франчайзинга. Чомусь законодавець, ввівши інститут комерційного найменування, не закріпив можливості передачі права на використання цього найменування іншим особам.

Цікаво, що комерційні найменування, що не є найменуваннями юридичних осіб, зафіксованими в їх установчих документах, охоронялися законом тільки за умови їхньої реєстрації як торговельної марки. З набуттям новими кодексами чинності, правова охорона надається комерційним найменуванням в силу їхнього фактичного використання. Захист надається особі, котра розпочала фактичне використання найменування в господарському обороті. Виключення міститься лише в п. 2 ст. 159 ГК, що закріплює: «Суб'єкт господарювання, комерційне найменування якого було включено до реєстру раніше, має пріоритетне право захисту перед будь-яким іншим суб'єктом, тотожне комерційне найменування якого включено до реєстру пізніше».

Очевидним є факт того, що дана норма була включена для стимулювання процесу реєстрації комерційних імен, однак вона суперечить вищевказаним положенням ГК та ЦК, а також стандартам, що діють у міжнародному праві і національному законодавстві інших країн (ст. 8 Паризької конвенції по охороні промислової власності 1883 р.). Окрім вище сказаного, якщо комерційне найменування вже включене до реєстру, то неможливо буде пізніше зареєструвати тотожне, і, таким чином, вказану норму буде просто неможливо застосувати на практиці. Проект Закону «Про внесення змін у Господарський кодекс України» передбачає зміни до положень зазначеної статті.

Погоджуючись із І.М. Білоус, є необхідним державна реєстрація торговельної марки, що може сприяти уникнення незаконної конкуренції з боку інших виробників. Особа, яка займається діяльністю під незареєстрованою торговельною маркою, ризикує втратити можливість зареєструвати свою торговельну марку з тої причини, що будь-хто подасть заявку на ту саму або схожу торговельну марку раніше на рік, на місяць, на день. Також уникнути «Рейдерства об'єктів інтелектуальної власності», що в Україні набирає обертів, об'єктом уваги рейдерів найчастіше виступають саме торговельні марки [1, с. 25].

Викладене вище показує, що законодавець, запровадивши нову для вітчизняного права категорію комерційного найменування, залишив відкритими безліч питань, без вирішення яких буде неможливим нормальне функціонування даного правового інституту. Залишається сподіватися лише на прийняття спеціального закону про комерційні найменування, на який неодноразово посилаються ЦК і ГК. Можливо, він вирішить колізії між кодексами і створить необхідну нормативну базу для використання комерційних найменувань в Україні [3, 16].

Отже, можемо зробити висновок що «комерційне найменування» може бути зареєстроване як словесний знак для товарів та послуг або як елемент графічного чи об'ємного знака. Так як воно має безліч відповідних вимог, не кожен знак для товарів та послуг є комерційним найменуванням. Підприємство може зареєструвати необмежену кількість торговельних марок, але при цьому його комерційне найменування залишиться єдиним.

### Список використаних джерел:

1. Білоус І.М. Проблеми захисту знаків для товарів і послуг / І.М. Білоус // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: IX Міжнародний бізнес-форум; відп. Ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – С. 25–26.
2. Кеєр Ю. В. Щодо співвідношення понять комерційного найменування, фірмового найменування, найменування юридичної особи / Ю. В. Кеєр // Правничий часопис Донецького університету. – 2013. – № 1. – С. 271–280.
3. Кібенко О. Регулювання комерційного (фірмового) найменування у нових Цивільному та Господарському кодексах України / Олена Кібенко. – 2004. – № 4. – С. 16.
4. Кривошеїна І. В. Комерційні найменування: історичний аспект виникнення і розвитку поняття / І. В. Кривошеїна. – 2013. – № 22. – С. 161–163.
5. Кубах А.І. Право інтелектуальної власності: Навч. посібник – Харків: ХНАМГ, 2008. – 149 с.
6. Цивільний кодекс. Стаття 489. Правова охорона комерційного найменування [Електронний ресурс]. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: <http://radnuk.info/komentar/chky/chky-knuga4/137-kn4-glava43/2197--489----.html>.