

Т.В. Польова, канд. екон. наук

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ І ОБЛІКУ КОМЕРЦІЙНИХ НАЙМЕНУВАНЬ В УКРАЇНІ

Визначено сутність комерційних найменувань, досліджено їх склад, окреслено проблеми використання та ідентифікації в обліку.

Определена сущность коммерческих наименований, исследован их состав, очерчены проблемы использования и идентификации в учете.

The essence of the commercial names is determined, their composition is investigated, the problems of the use and identification in an accounting are outlined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. З метою ідентифікації підприємств в органах державної влади, реєстраційних та фіскальних органах ст. 90 Цивільного кодексу України (ЦКУ) встановлено, що юридична особа повинна мати власне найменування. Таке найменування юридичної особи характеризує самостійного суб'єкта права, вказується у статуті підприємства та зазначається у Єдиному державному реєстрі. Окрім того, відповідно до ст. 90 ЦКУ та ст. 159 Господарського кодексу України (ГКУ) підприємство додатково може мати комерційне найменування, яке є засобом ідентифікації господарських відносин та індивідуалізації учасника цивільного обороту на ринку.

Відповідно до ст. 420 ЦКУ комерційне найменування належить до об'єктів права інтелектуальної власності, тому є результатом творчої діяльності (з ознаками унікальності та індивідуальності). В обліку такі права індивідуалізації учасників цивільного обороту повинні відображатися у складі нематеріальних активів підприємства (П(С)БО 8), проте у вітчизняній практиці такі випадки майже відсутні. Неврегульованість правовідносин щодо комерційних найменувань, відсутність визначення терміна «комерційне найменування» у чинному вітчизняному законодавстві та єдиних підходів до його складу призводять до проблем з ідентифікацією цього об'єкта, його оцінкою з метою подальшого обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми ідентифікації та використання комерційних найменувань розглядалися такими вітчизняними ученими, як І. Бігдан [1], О. Дорошенко та

К. Щукіна [2], О. Кібенко [3], А. Міндрул [4], В. Сопільняк [5], О. Тверезенко [6]. Проте і досі не сформовано чітке уявлення про об'єкт права – комерційне найменування, його не рідко ототожнюють з офіційним найменуванням підприємства. На відміну від найменування юридичної особи, вимоги до структури комерційного найменування не встановлено у вітчизняному законодавстві. На практиці, це питання набуває особливого значення під час зіткнення прав на комерційне найменування та торговельні марки. Для потреб оцінки, амортизації та обліку необхідно визначити місце прав на фірмове найменування у складі прав на комерційне позначення. Усе вищезазначене підтверджує, що обраний напрям дослідження є актуальним.

Мета та завдання статті. Мета полягає у дослідженні сутності комерційних найменувань, визначенні їх складу, проблем використання та ідентифікації в обліку.

Виходячи з мети у статті вирішено такі завдання:

– визначено роль комерційних найменувань для індивідуалізації учасників цивільного обороту на ринку із застосуванням досвіду міжнародної практики;

– надано власне визначення терміна «комерційне найменування» та встановлено його відмінності від найменування юридичної особи;

– визначено склад найменування юридичної особи та особливості структури комерційного найменування;

– досліджено підстави виникнення прав суб'єктів господарювання на комерційні найменування;

– окреслено проблеми ідентифікації комерційних найменувань як об'єкта обліку.

Вклад основного матеріалу дослідження. Як правило, комерційне найменування пов'язано з найменуванням юридичної особи, проте вітчизняним законодавством не визначено такий зв'язок. Вони можуть як співпадати, так і відрізнитись, проте ототожнювати їх не варто. Ці об'єкти прав відрізняються колом прав суб'єктів, підставами виникнення та припинення.

Недоліками у правовому регулюванні ЦКУ та ГКУ є відсутність визначення терміна «комерційне найменування суб'єкта господарювання» [5], умов його правової охорони та захисту. Зважаючи на те, що комерційне найменування призначене для індивідуалізації учасників цивільного обороту на ринку, вважаємо, що ним може бути позначення, необхідне для вирішення одних юридичних осіб та громадян-підприємців, які виробляють продукцію, реалізують товари (надають послуги) від інших осіб та запобігає

введенню в оману користувачів відносно їх діяльності. Таке визначення доцільно внести до ЦКУ, або до відповідного спеціального закону. Зазначимо, що вже розроблено проект Закону України «Про охорону прав на торговельні марки, географічні зазначення та комерційні найменування» у якому передбачено визначення складу комерційного найменування.

Досвід розвинених країн (Великобританія, Франція) свідчить про існування нарізної охорони таких засобів індивідуалізації як найменування компанії (корпорації) та бізнес найменування. Бізнес найменування, яке є аналогом комерційного найменування, використовується суспільством або компанією для ведення бізнесу і відрізняється від власного найменування фірми. Воно може бути змінено без спеціальних правових процедур [7, с. 324].

Важливим є питання складу найменування підприємства. Так, відповідно до ЦКУ найменування юридичної особи складається з двох частин (рис. 1), що містять інформацію про організаційно-правову форму та назву підприємства з інформаційним змістом щодо характеру діяльності юридичної особи (юридичне, наукове, виробниче), способу утворення (унітарне, корпоративне), оригінального найменування.



Рисунок 1 – Вимоги щодо складу найменування юридичної особи

На сьогодні питання складу комерційного найменування є відкритим. Для захисту прав на цей об’єкт інтелектуальної власності питання його структури набуває особливого значення [4, с. 45].

Деякі дослідники відносять до складу комерційного найменування розміщені на товарі або його упаковці відомості щодо

назви підприємства-виготовлювача, його організаційно-правової форми, місця розташування [8, с. 799]. Практика свідчить, що склад комерційного найменування може набувати багатьох варіантів (рис. 2):

- співпадати з найменуванням юридичної особи;
- бути частиною найменування юридичної особи;
- повністю відрізнятися від офіційного найменування підприємства [2].

У зв'язку з неврегульованістю в Україні правовідносин щодо комерційного найменування, можливості необмеженої кількості його варіантів виникають численні суперечки у судових інстанціях. При цьому, через існуючі правові неузгодженості, під час процесів важко визначити що саме є предметом суперечки.

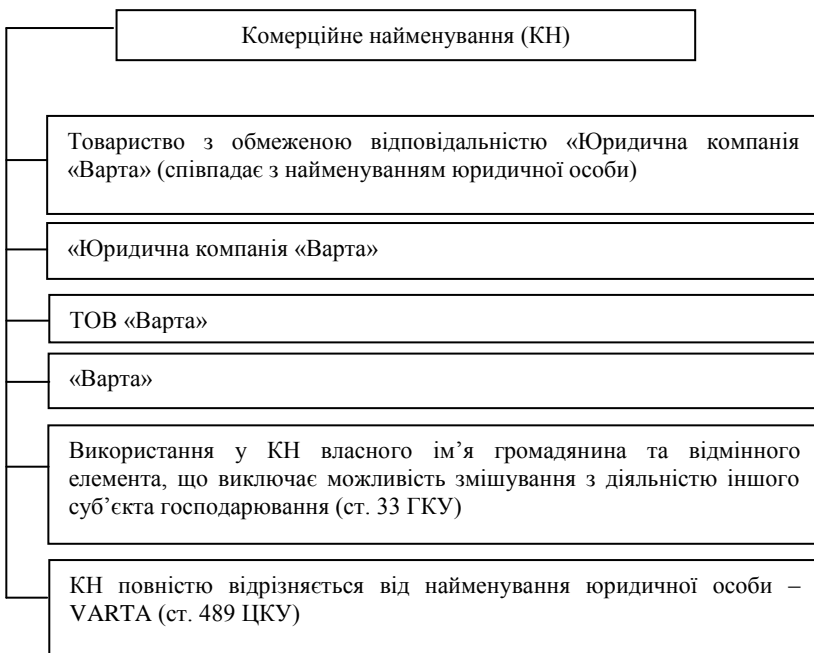


Рисунок 2 – Існуючі варіанти складу комерційного найменування

Вважаємо що під час розробки комерційного найменування слід дотримуватися вимог інформативності, відмінності та лаконічності.

Зважаючи на призначення комерційного найменування, вважаємо, що у ньому не доцільно зазначати організаційно-правову форму підприємства. Так, під час обрання певного підприємства користувачі практично не звертають увагу на цей аспект, а цікавляться його спеціалізацією та репутацією на ринку [2].

З інформативної точки зору комерційне найменування повинно вказувати на напрям діяльності, що дозволить користувачеві визначити специфіку діяльності суб'єкта господарювання.

Зважаючи на вимогу лаконічності комерційного найменування повна назва підприємства є недоречною, бо занадто масивна інформаційна конструкція, яка погано запам'ятовується. Разом із тим, занадто коротке комерційне найменування з власне лише назвою (наприклад, «Варта») не є доцільним, бо скорочена форма застосовується частіше в усному спілкуванні [2]. Крім того, «Варта» може бути у складі іншого комерційного найменування за умов різних видів діяльності та територіального розміщення підприємств. Практика свідчить, що власна назва (наприклад, «Варта») частіше реєструється як торговельна марка і виконує функцію вирізнення товарів та послуг, а не суб'єктів господарювання.

Отже, у комерційному найменуванні доцільно вказувати характер діяльності юридичної особи та її назву (наприклад, Юридична компанія «Варта»).

Вважаємо, що зазначений вище, щільний зв'язок комерційного найменування та торговельної марки, найбільш характерний для підприємств, що надають послуги. Зважаючи, що користувач, перш ніж звернутися за наданням послуги, аналізує репутацію та досвід фірми на ринку. Отже, застосування торговельної марки, що не пов'язана з комерційним найменуванням може втратити сенс. У міжнародній практиці, для підприємств-виробників прив'язка торговельної марки до комерційного найменування не часто зустрічається. Так, компанія Procter and Gamble виготовляє продукцію під таким торговими марками, як ARIEL, PANTENE, HEAD & SHOULDERS тощо [2].

Аналіз положень ЦКУ та ГКУ, що стосуються найменування юридичної особи та комерційного найменування, свідчить, що до них встановлюються різні вимоги, зокрема, щодо обов'язку наявності; способу формулювання; необхідності реєстрації; моменту виникнення права; можливості відчуження тощо (таблиця).

Право на комерційне найменування діє з моменту його першого використання у цивільному обороті та охороняється без обов'язкової подачі заявки або реєстрації (ст. 8 Паризької конвенції про охорону промислової власності, чинна в Україні з 25.12.1991 р.) [9].

Таблиця – Відмінності об'єктів «комерційне найменування» та «найменування юридичної особи» за низкою ознак

Комерційне найменування	Найменування юридичної особи
<i>Обов'язковість наявності</i>	
За бажанням суб'єкта господарювання	Обов'язково
<i>Призначення ідентифікації</i>	
Учасник цивільного обороту на ринку товарів та послуг	Самостійний суб'єкт права зареєстрований в органах державної влади, фіскальних органах тощо
<i>Необхідність реєстрації</i>	
За бажанням власника [1]	Обов'язково у Єдиному державному реєстрі
<i>Природа об'єкта</i>	
Об'єкт права інтелектуальної власності	Частина обов'язкових відомостей про юридичну особу [1]
<i>Спосіб викладення (формулювання)</i>	
Державною мовою, літерами латиниці тощо (на власний погляд розробника)	Виключно державною мовою
<i>Інформативність та лаконічність формулювання</i>	
Лаконічно без перевантаження зайвою інформацією (зазначити спеціалізацію суб'єкта господарювання)	Масивна конструкція з інформацією щодо організаційно-правової форми, характеру діяльності, способу утворення
<i>Кількість об'єктів права</i>	
Багатоваріантність	Єдине затверджене найменування підприємства
<i>Чинність прав</i>	
З моменту першого фактичного використання у цивільному обороті	З моменту внесення до Єдиного державного реєстру [1]
<i>Можливість відчуження</i>	
Можливо надати право на використання (договір франчайзингу)	Невіддільне від підприємства, яке воно уособлює
<i>Відображення у складі ресурсів підприємства</i>	
Частина нематеріальних активів (група «права на комерційні позначення»)	Не відображається у складі активів

Для запобігання виникнення суперечливих ситуацій із визначенням моменту виникнення прав деякі вітчизняні науковці (О. Дорошенко, К. Щукіна) пропонують ввести в Україні обов'язкову державну реєстрацію комерційних найменувань [2]. Окрім того, у змісті ст. 159 ГКУ простежується запровадження реєстраційного принципу набуття прав на комерційні найменування. Так, відповідно до частини другої вказаної статті суб'єкт господарювання, комерційне найменування якого було включено до реєстру раніше, має пріоритетне право захисту перед будь-яким іншим суб'єктом, тож саме комерційне найменування якого включено до реєстру пізніше.

Якщо на практиці запровадити цей принцип, тоді необхідно усунути розбіжності зі ст. 459 ЦКУ та ст. 8 Паризької конвенції, яка є частиною національного законодавства [2].

Ще одна особливість комерційного найменування, яка широко використовується у міжнародній практиці, проте не втілена у вітчизняних кодексах, – можливість надання права на його використання іншим особам, що здійснюється, як правило, шляхом укладання договору франчайзингу (комерційної концесії). В українському законодавстві така можливість не передбачена (як це передбачено, наприклад, у ст. 1027 ЦК РФ) [6].

Зважаючи на вищевикладене, вважаємо, що завдяки ефективному використанню цей засіб індивідуалізації може мати вартість більшу за весь майновий комплекс підприємства. Проте недосконалість правового регулювання ускладнює розуміння цього специфічного об'єкта інтелектуальної власності, не дозволяє правильно його ідентифікувати в обліку.

Ще у 1993 р. Положенням про організацію бухгалтерського обліку та звітності в Україні № 250 права на комерційні найменування було визнано об'єктом обліку у складі нематеріальних активів, але без зазначення певної їх групи. Зважаючи на це обліковці були змушені орієнтуватися на нормативні акти у сфері регулювання відносин з інтелектуальною власністю [1].

Більше ясності було внесено у 2000 році, з набуттям чинності П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», коли в групу прав на комерційні позначення було включено права на комерційні (фірмові) найменування, разом з торговельними марками та географічними зазначеннями місця походження товару.

Висновки. Комерційне найменування – це унікальний ідентифікатор суб'єкта господарювання на ринку, тому його розробка потребує ретельного підходу. Необхідно усунути правові недосконалості щодо можливості індивідуалізації одного підприємства

за допомогою декількох комерційних найменувань, надання власником права на використання комерційного найменування іншим особам. І досі актуальними залишаються дослідження питань ідентифікації та використання комерційних найменувань, нормативне врегулювання їх правової охорони та захисту.

Список літератури

1. Бігдан, І. А. Права на комерційні найменування та їх ідентифікація [Текст] / І. А. Бігдан // Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення корпоративного управління: якість аудиту та корпоративна безпека : II міжнар. наук.-прак. конф., 21–23 квітня 2001 р. : [матеріали]. – Х. : ХНАМГ, 2011. – С. 11–12.

2. Дорошенко, А. Структура коммерческого наименования [Электронный ресурс] / А. Дорошенко, Е. Щукина. – Режим доступа : <<http://www.ndiiv.org.ua/ru/library/view-struktura-kommerchesko-ho-naumenova-puja.html>>.

3. Кібенко, О. Регулювання комерційного (фірмового) найменування у нових Цивільному та Господарському кодексах України [Електронний ресурс] / О. Кібенко. – Режим доступу : <<http://www.yurradnik.com.ua/practice.php?action=1&id=1>>.

4. Міндрул, А. В. Проблеми застосування законодавства при зіткненні прав на комерційні найменування та торговельні марки [Текст] / А. В. Міндрул // Новации интеллектуальной собственности : наук.-прак. конф., 26–30 травня 2008 р. : [матеріали]. – К. : НДІ ІВ АпрНУ : НПЖ "ІВ", 2008. – С. 56–59.

5. Сопільняк, В. Комерційне найменування: новели правового регулювання [Електронний ресурс] / В. Сопільняк. – Режим доступу : <www.yur-gazeta.com/oarticle/712>.

6. Тверезенко, О. Проблемні аспекти використання комерційних найменувань [Електронний ресурс] / О. Тверезенко. – Режим доступу : <<http://www.legalweekly.com.ua/article/?uid=386>>.

7. Право інтелектуальної власності Європейського Союзу та законодавство України [Текст] / Ю. М. Капіца [та ін.] ; за ред. Ю. М. Капіци. – К. : Слово, 2006. – 1104 с.

8. Дзери, О. В. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України [Текст]. У 2 т. Т. 1 / О. В. Дзери, Н. С. Кузнецова, В. В. Луць. – К. : Юринком Інтер, 2005. – 832 с.

9. Паризька конвенція про охорону промислової власності [Текст] : від 20 березня 1883 року : [переглянута у Брюсселі 14 грудня 1900 р., у Вашингтоні 2 червня 1911 р., у Гаазі 6 листопада 1925 р., у Лондоні 2 червня 1934 р., у Лісабоні 31 жовтня 1958 р., у Стокгольмі 14 липня 1967 р., змінена 2 жовтня 1979 р., набуття чинності для України 25 грудня 1991 р.] // Зібрання чинних міжнародних договорів України. – 1990. – № 1. – 320 с.

Отримано 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.

© Т.В. Польова, 2011.