

УДК 347:347.23

Н. П. Бордоко, старший преподаватель (БГТУ)**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНСТИТУТА ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ПРАВА
НА ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ**

Статья посвящена анализу правового регулирования исключительного права на фирменное наименование как объекта интеллектуальной собственности. В результате исследования международных правовых актов, Гражданского кодекса Республики Беларусь автором выявлен ряд недостатков и противоречий в национальном законодательстве о фирменных наименованиях. Для устранения пробелов предлагается внести в Гражданский кодекс соответствующие изменения.

This article analyzes the legal regulation of the exclusive right to brand name as an object of intellectual property. The study of international legal acts, the Civil Code of the Republic of Belarus. The author has identified a number of shortcomings and contradictions in national legislation on trade names. It is proposed to amend the identified gaps to the Civil Code.

Введение. Процесс развития и глобализации мировой экономики стал мощным катализатором совершенствования национальных законодательств в области интеллектуальной собственности. Рост действующих и появление новых мировых лидеров производства товаров и услуг неразрывно связаны не только с достижениями науки и разработкой новейших технологий, но и с созданием средств индивидуализации предпринимателей, их предприятий, производимых ими товаров, выполняемых работ и оказываемых услуг. Успешная реализация результатов своей деятельности в условиях конкуренции достигается при высоком качестве работ или услуг хорошо известного юридического лица, индивидуального предпринимателя. Одним из правовых средств индивидуализации юридического лица является его наименование.

Основная часть. Правовое регулирование исключительного права на фирменное наименование содержится в Гражданском кодексе Республики Беларусь (далее – ГК), Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 г. (далее – Конвенция), Декрете Президента Республики Беларусь от 16.01.2009 г. № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования» (далее – Декрет), Постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 23.02.2009 г. «О Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Наша страна является участницей Конвенции. Согласно статье 6 ГК, нормы гражданского права, содержащиеся в международных договорах Республики Беларусь, вступивших в силу, являются частью действующего на территории Республики Беларусь гражданского законодательства, подлежат непосредственному применению. Как и любой нормативно-правовой акт, ГК содержит в себе наряду с положительными

моментами ряд проблем и противоречий. С одной стороны, в ГК включены самые общие правила о фирменных наименованиях, которые не обеспечивают полноценного правового регулирования связанных с ними отношений. С другой стороны, отсутствует возможность их детализации в специальном законодательстве.

Рассматривая гражданское законодательство в целом, необходимо отметить, что ни в одной норме не дается точного определения фирменного наименования, и это, на наш взгляд, является пробелом ГК. Кроме этого, в ГК имеется еще ряд существенных проблем и противоречий.

В соответствии с пунктом 1 статьи 50 ГК юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Здесь же, в пункте 4, отмечено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование, например «Республиканское унитарное предприятие «Национальный аэропорт Минск», Открытое акционерное общество «Белвторчермет» и т. п. ГК дает четкое разделение понятий «наименование» и «фирменное наименование». Часть 3 пункта 4 статьи 50 ГК установила, что порядок регистрации и использования фирменного наименования определяется законодательными актами. Государственная регистрация юридического лица включает в себя и регистрацию фирменного наименования, которое указывается в его учредительных документах. Юридическое лицо вправе выбрать любое фирменное наименование по своему усмотрению, требуется только, чтобы оно не использовалось до этого другим субъектом хозяйствования. Имеется одно исключение. Включение в наименование юридического лица указаний на официальное полное или сокращенное название Республики Беларусь, включение такого названия либо элементов

государственной символики в реквизиты документов или рекламные материалы юридического лица допускается в порядке, определяемом Президентом Республики Беларусь.

Юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право его использования. Принимая во внимание тождественность основных функций фирменного наименования и товарного знака (знака обслуживания), практику их использования, представляется необходимым внести следующие дополнения. В Декрет представляется целесообразным включить право государственного органа, осуществляющего государственную регистрацию субъектов хозяйствования, отказывать в регистрации (как при создании юридического лица, так и при его реорганизации) в случаях, если будет установлено, что поданное на регистрацию фирменное наименование тождественно или сходно до степени смешения с ранее зарегистрированным товарным знаком, фирменным наименованием, наименованием места происхождения товара или используется правообладателем в составе коммерческого обозначения. Остановившись на данной проблеме, в первую очередь подчеркнем, что фирменное наименование состоит из двух частей: 1) корпус фирмы – это указание на организационно-правовую форму юридического лица; 2) произвольная часть фирмы – это собственное наименование фирмы.

В качестве дополнительной части фирменного наименования можно указывать на характер деятельности юридического лица, но это необходимо только в специально предусмотренных законом случаях. Примером может служить соответствующая кредитная организация, в фирменном наименовании которой должно содержаться слово «банк».

Как правило, в фирменном наименовании одновременно используются две составные части фирмы, но корпус фирмы не имеет цели идентификации, и нет смысла использовать его в качестве отличительной особенности. Рассматривая составляющие корпусов фирменных наименований, которые постоянно встречаются в гражданском обороте, мы видим, что они ограничивают одного субъекта прав от другого.

Следует четко определить критерии нарушения прав в случае спора между владельцем прав на товарный знак и владельцем прав на фирменное наименование в развитии общего подхода к вопросу о спорах между владельцами прав на средства индивидуализации. В ГК, в частности, установить, что оспаривание регистрации товарного знака владельцем прав на фирменное наименование возможно в случае

полного или частичного совпадения фактической деятельности правообладателя (деловой и территориальной), т. е. такое использование товарного знака, которое способно ввести в заблуждение потребителей и (или) контрагентов. Пункт 4 статьи 50 ГК изложить в следующей редакции: «Юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот, оказанием услуг, выполнением работ; при выполнении работ, оказании услуг; в объявлениях и рекламе, включая предложения о продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг; на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Республики Беларусь, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Республики Беларусь; в сети Интернет».

Анализируя статью 50 ГК, можно выявить пробел, который состоит в том, что пункт 4 статьи 50 ГК четко и однозначно указывает, что исключительное право на фирменное наименование может принадлежать только коммерческой организации. Соответственно, некоммерческие юридические лица, как и индивидуальные предприниматели, лишены такого права (некоммерческие организации имеют только право на наименование).

Анализ данной статьи позволяет отметить следующий недостаток: нет точного определения субъектного состава, в связи с чем остаются неурегулированными вопросы относительно субъектов, имеющих право на фирменное наименование. В частности, остается неурегулированным вопрос, имеют ли право индивидуальные предприниматели выступать в роли правообладателя фирменного наименования. Хотя владельцем товарных знаков такой субъект может являться.

Рассматривая вопросы права на фирменное наименование и правовую охрану фирменного наименования, можно обнаружить противоречия статьи 50 ГК, а также статьи 8 Конвенции. Заметим, что положения Конвенции не содержат ограничений для субъектов прав промышленной собственности. Конвенция предлагает в качестве понятия промышленной собственности широкий круг правоотношений, участниками которых могут быть как коммерческие,

так и некоммерческие юридические лица. Все сказанное приводит к выводу, что право на фирменное наименование должно предоставляться всем юридическим лицам без ограничений. И это право должно прямо отражаться в законодательном акте. С одной стороны, фирменное наименование в соответствии с Конвенцией должно охраняться без обязательной подачи заявки либо регистрации, а с другой – в этом документе ничего не говорится об исключительных правах на фирменное наименование, их государственной регистрации.

Обратимся к зарубежному опыту. В законодательстве США, например, предусмотрено разделение названий юридических лиц. При регистрации юридического лица учредители определяют название своей организации (оно может состоять из имен учредителей либо быть представлено в виде сочетания букв и цифр). При этом исключительное право у юридического лица на такое название не возникает, хотя оно может использоваться в деловом обороте. Чтобы оформить исключительные права, юридическое лицо должно направить соответствующую заявку в государственное учреждение штата, заплатив регистрационные взносы. Такое название проверяется на идентичность, и если подобных прежде не было зарегистрировано, то в отношении этого названия оформляются исключительные права.

Такой опыт можно было бы использовать и в Беларуси. Ведь многим юридическим лицам не нужны исключительные права на их названия. Например, компания, работающая в рамках города, района, области, обычно идентифицируется по своей продукции или услугам. И даже если появится другое юридическое лицо с идентичным именем, то продукцию компаний будет нетрудно различать в пределах небольшой территории. Если же компания решила выйти за рамки своего местонахождения, например, торговать по всей стране либо заняться внешнеторговой деятельностью, то в этом случае смешение ее названия с идентичными приведет к путанице и может создать ситуацию, когда чужая репутация окажет отрицательное влияние на отношение к этой организации со стороны потребителей ее продукции, услуг либо предполагаемых партнеров по бизнесу.

Именно здесь появляется необходимость в исключительных правах на название. Таким образом, национальному законодателю следует исходить из того, что получение исключительных прав на название юридического лица должно носить только добровольный характер. Вместе с тем правильнее было бы определить, что фирменное наименование – это название юридического лица, в отношении которого оформлены исключительные права.

Так, в соответствии с Конвенцией «фирменное наименование охраняется во всех странах Союза без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо от того, является ли оно частью товарного знака» [1, с. 39]. Но, исходя из нормы, содержащейся в статье 50 ГК, очевидным является то, что правовая охрана фирменного наименования предоставляется с момента государственной регистрации коммерческой организации и включения фирменного наименования в базу данных Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которая формируется регистрирующим органом в соответствии с его компетенцией и в автоматизированном режиме включается в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Заключение. Противоречия существующего законодательства:

1) лаконичность норм, регулирующих правовой режим прав на фирменное наименование, многие вопросы в отношении исключительных прав на фирменное наименование остаются нерешенными;

2) исчерпывающий перечень объектов интеллектуальной собственности, подлежащих правовой охране в соответствии с ГК вступает в противоречие с Конвенцией, утверждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности, участницей которой является Республика Беларусь, а также становится своего рода запретом на развитие законодательства в данной сфере.

Литература

1. Боденхаузен, Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности / Г. Боденхаузен. – М.: Прогресс, 2000. – 256 с.

Поступила 15.03.2012