

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

Малиновська Тетяна Миколаївна

УДК: 347.47

**ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Спеціальність: 12.00.03 – цивільне право та цивільний процес;
сімейне право; міжнародне приватне право

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата юридичних наук

Харків – 2008

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському національному університеті внутрішніх справ МВС України.

Науковий керівник -

доктор юридичних наук, професор

Шишка Роман Богданович,

Київський міжнародний університет,

завідуючий кафедрою цивільного та господарського права.

Офіційні опоненти -

доктор юридичних наук, професор

Харитонов Євген Олегович,

Одеська національна юридична академія, завідує кафедрою цивільного права;

кандидат юридичних наук, доцент

Крижна Валентина Миколаївна,

Національна юридична академія ім. Ярослава Мудрого, доцент кафедри цивільного права № 2.

Захист відбудеться „ 30 ” травня 2008 р. о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.700.02. при Харківському національному університеті внутрішніх справ за адресою: 61080, м. Харків, пр. 50-річчя СРСР, 27.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського національного університету внутрішніх справ за адресою: 61080, м. Харків, пр. 50-річчя СРСР, 27.

Автореферат розісланий „ 29 ” квітня 2008 р.

Вчений секретар

спеціалізованої вченої ради

В.Є. Кириченко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. З розвитком ринкових відносин в Україні усе більше значення приділяється таким об'єктам, як комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (товарні знаки, знаки обслуговування), географічні позначення (найменування місць походження товарів) тощо. Це пов'язано з тенденціями щодо створення рівних умов господарювання для різних типів товаровласників та товаровиробників, впровадження конкурентних засад їхньої діяльності та підвищення відповідальності за її результати, з необхідністю насичення ринку безпечними для споживання товарами й послугами для задоволення потреб населення. Ці чинники спричиняють розробку належного дієвого правового механізму, що забезпечував би індивідуалізацію товаровласників, товаровиробників, а також товарів і послуг. Разом з цим виникають й інші засоби індивідуалізації підприємців, пов'язані з проходженням реєстрації, отриманням дозволів, з електронною комерцією тощо.

Необхідність в приділенні уваги до всіх засобів індивідуалізації підприємців пов'язано з тенденціями щодо створення рівних умов господарювання для різних типів товаровласників та товаровиробників, впровадження конкурентних засад їхньої діяльності та підвищення відповідальності за її результати, а також з необхідністю насичення ринку безпечними для споживання товарами й послугами для задоволення потреб населення. Ці чинники спричиняють розробку належного дієвого правового механізму, що забезпечував би індивідуалізацію товаровласників, товаровиробників, а також товарів і послуг, що ними виробляються.

Раніше, за часів Радянського Союзу відсутність конкуренції на товарному ринку, турбота про індивідуалізацію виробників і товарів, що випускаються ними, була практично непотрібною. Наслідком цього стала незначна кількість зареєстрованих індивідуальних знаків охорони, практична відсутність спорів про порушення прав на них, а відтак – слабка теоретична розробка проблем, пов'язаних із індивідуалізацією учасників цивільних правовідносин.

Сьогодні, у зв'язку зі значним збільшенням кількості товаровиробників, доступом на вітчизняний ринок іноземних суб'єктів господарювання, стає актуальним питання не тільки про закріплення прав на індивідуалізацію, а і про визначення правового режиму таких засобів, про наближення відповідних норм до міжнародних стандартів, а також про посилення гарантій права на участь у господарському обороті під власним індивідуальним ім'ям та на позначення вироблених товарів і послуг визначеними певними символами чи найменуваннями, забезпечення їхнього захисту в разі порушення.

Окрім цього слід зазначити, що всі засоби індивідуалізації спрямовані на досягнення однієї мети, а тому повинні розглядатися в комплексі, як єдиний правовий інститут. Певні труднощі при цьому пов'язані з великою кількістю різнопланових нормативно-правових актів, що стосуються

засобів індивідуалізації зокрема цивільного права і права інтелектуальної власності, реєстраційного права, антимонopolно-конкурентного права тощо.

Отож наразі є очевидною потреба у розробці правового регулювання всіх засобів індивідуалізації юридичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності на єдиній теоретичній основі та в межах одного правового інституту.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано згідно з розділом I “Тематики пріоритетних напрямків фундаментальних і прикладних досліджень вищих навчальних закладів і науково-дослідних установ МВС України на період 2002–2005 рр.”, затвердженої Наказом МВС України № 635 від 30 червня 2002 р., п.1.4. “Головних напрямків наукових досліджень Національного університету внутрішніх справ МВС України на 2001–2005 рр.”, затверджених Вченою радою Національного університету внутрішніх справ (протокол № 4 від 5 січня 2001 р.). Роботу також спрямовано на реалізацію основних положень Програми діяльності органів внутрішніх справ відносно поліпшення стану правопорядку в Україні на початку III тисячоліття (рішення колегії МВС України від 28.12.1999 р.) та перспективного плану дій МВС України у сфері європейської інтеграції та співробітництва з Європейським Союзом (наказ МВС України від 30.12.2002 р.), а також послання Президента України до Верховної Ради України “Європейський вибір: концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002–2011 рр.”.

Мета і завдання дослідження. Мета дисертації полягає в удосконаленні приватноправового регулювання відносин, що пов'язані з застосуванням та захистом засобів індивідуалізації юридичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності в Україні. Для досягнення цієї мети вирішувалися такі завдання: визначення понять щодо окремих засобів індивідуалізації, та проведення класифікації засобів індивідуалізації підприємців; встановлення специфіки законодавства України у сфері індивідуалізації і порівняння із законодавством інших країн; формулювання конкретних пропозицій щодо вдосконалення цивільно-правового захисту засобів індивідуалізації, виявлення елементів концепції права віртуального простору (поняття цього права, його особливості, основні риси й форми виявлення в сучасному світі); визначення поняття бренду як засобу індивідуалізації юридичної особи.

Об'єктом дослідження є цивільні правовідносини, що складаються у процесі застосування засобів індивідуалізації юридичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності.

Предметом дослідження є засоби індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності.

Методологічна та теоретична основа дослідження. Методологічною основою дисертаційної роботи є сукупність методів та прийомів наукового пізнання. На основі діалектичного методу досліджуються тенденції та закономірності розвитку комерційних найменувань, торговельних марок та географічних позначень. Системно-структурний метод покладено в основу дослідження систе-

ми засобів індивідуалізації, визначення структури та класифікації її елементів. Аналіз законодавства України, іноземного законодавства та міжнародно-правових актів у сфері засобів індивідуалізації, специфіки їх правової охорони у різних правових системах проведено за допомогою порівняльно-правового методу. Метод історичного аналізу застосовувався при дослідженні становлення та розвитку комерційних найменувань, торговельних марок та географічних позначень. Метод формально-логічного синтезу використовувався при дослідженні термінології у сфері засобів індивідуалізації.

Сформульовані у дисертаційній роботі теоретичні висновки, практичні рекомендації та інші результати дослідження ґрунтуються на працях українських, російських та зарубіжних вчених-юристів дореволюційного, радянського та сучасного періодів, зокрема: Ч.Н. Азімова, А.О. Андрєєвої, С.М. Братуся, Л.Н. Бороховича, Х.Е. Бахчисарайцева, М.М. Богуславського, В.Я. Іонаса, О.С. Іоффе, А.І. Камінки, А.О. Козинця, В.М. Крижної, А.М. Мінкова, О.А. Пушкіна, О.А. Підприго-ри, В.В. Розенберга, О.П. Сергєєва, К.А. Флейшиця, Є.О. Харитонова, Г.Ф. Шершеневича, Р.Б. Шишки та інших вчених.

Наукова новизна одержаних результатів конкретизується у таких основних положеннях:

1. Уперше розроблено єдині підходи цивільно-правового регулювання відносин у сфері індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб.
2. Засоби індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності –юридичних осіб пропонується розглядати як субінститут юридичної особи, який включає елементи індивідуалізації юридичних осіб та виключні права інтелектуальної власності.
3. Уперше запропоновано поняття «пріоритет у праві на індивідуалізацію», як першість у використанні засобу індивідуалізації для вирізнення юридичної особи серед інших учасників цивільних та інших відносин.
4. Розроблено концепцію єдиного підходу до індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб, згідно з якою одні самостійні засоби індивідуалізації (чи їх елементи) можуть бути включені (інтегровані) до інших засобів індивідуалізації, і у сукупності сприйматися як одне ціле. У зв'язку з цим запропоновані відповідні зміни до підрозділу 2 «Юридична особа» глави 7 ЦК України.
5. Обґрунтовано, що індивідуалізація юридичної особи базується на інституті індивідуалізації суб'єктів цивільного права. У зв'язку з цим доведено необхідність у главі 7 ЦК України виділити окремий параграф «Індивідуалізація юридичної особи» та запропоновано його проект.
6. Встановлено, що правове регулювання засобів індивідуалізації в рамках єдиного інституту права насамперед забезпечує захист прав споживачів. Окрім цього таке регулювання посилює гарантії захисту публічних інтересів.

7. Доведено необхідність передбачити у цивільному праві право на логотип і встановити відповідальність за його порушення. Право на логотип запропоновано розглядати як абсолютне право. Розроблено авторське поняття логотипу як словесного чи візуального (комбінованого) знаку, що застосовуються юридичною особою чи структурним підрозділом для позначення її товару (робіт, послуг), майна, документів.

8. Запропоновано авторське визначення поняття бренду: «Бренд є ознакою учасника господарських відносин, що індивідуалізує його через фірмовий стиль поведінки на товарному ринку та розкриває унікальність, особливість товаровласника та його товарів (послуг і робіт)».

9. Доведено, що доменні імена суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб – новий засіб індивідуалізації учасників майнових відносин, що виникають за допомогою мережі Інтернет під час електронної торгівлі та спрямовані на поширення відомостей про товаровиробників, товари (роботи та послуги) в електронній мережі.

10. Обґрунтовано, що захист засобів індивідуалізації у мережі Інтернет пов'язаний із загальним правовим механізмом захисту прав інтелектуальної власності з урахуванням особливостей механізму захисту інформації.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в тому, що, по-перше, вони можуть бути використані: а) в подальшій законотворчій діяльності, зокрема, при вдосконаленні Законів України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на зазначення походження товарів»; б) при підготовці підручників, навчальних посібників, методичних рекомендацій для студентів юридичних вищих навчальних закладів, та у процесі викладання навчальних курсів: «Цивільне право», «Право інтелектуальної власності», «Господарське право», «Підприємницьке право».

Деякі сформовані у дисертації положення мають дискусійний характер і можуть служити основою для подальших наукових досліджень.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Дисертацію виконано на кафедрі правових основ підприємницької діяльності і обговорено на кафедрі цивільно-правових дисциплін Харківського національного університету внутрішніх справ. Основні положення, оцінки, пропозиції та рекомендації, що містяться в дисертації, були заслухані і обговорені на засіданнях кафедри та доповідалися на науково-практичних конференціях: «Адміністративне право: сучасний стан і напрями реформування» (Суми, 26-27 травня 2000 р.); «Проблеми цивільного права» (пам'яті проф. О.А. Пушкіна), (Харків, 21 травня 2001 р.); «Актуальні проблеми цивільного права та практики його застосування у сучасній період» (Хмельницький, 14-15 травня 2002 р.); «Проблеми цивільного права» (Харків, 21 травня 2002 р.); «Актуальні проблеми правового захисту інтелектуальної власності в Україні» (Харків, 21 березня 2003 р.); I Міжнародній науково-методичній конференції «Сучасні проблеми адаптації цивільного законодавства до стандартів Європейського Сою-

зу» (Хмельницький, 10-12 березня 2005 р.); «Проблеми юридичної особи у цивільному праві України» (пам'яті проф. О.А. Пушкіна), (Харків, 23 травня 2006 р.).

Публікації. Основні теоретичні положення та висновки дисертації знайшли відображення у п'яти наукових статтях, розміщених у фахових виданнях, та тезах науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, що включають 14 підрозділів, висновків за розділами, загального висновку, списку використаних джерел, який складається з 172 найменувань, а також додатку. Повний обсяг дисертації становить 207 сторінок, з яких 15 сторінок займає список використаних джерел, та 6 сторінок – додаток.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовується актуальність теми дисертаційного дослідження, розкривається стан наукової розробки засобів індивідуалізації, визначаються предмет, мета і завдання дослідження, його теоретична база, методологія і наукова новизна, а також практична значущість одержаних результатів, формулюються наукові положення, що виносяться на захист, а також висвітлюється практичне значення й апробація отриманих результатів дослідження.

Розділ 1 «Загальна характеристика засобів індивідуалізації» присвячений дослідженню засобів індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб. Розділ складається з чотирьох підрозділів.

У підрозділі 1.1. «Проблематика тематики дослідження та вибір його методології» має загально методологічний характер і присвячений аналізу проблематики, стану урегульованості в чинному законодавстві відносин з індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб, обґрунтовується потреба в них і аналізується зарубіжний досвід та відправні ідеї регулювання цих відносин.

Досі в юридичній науці проблемі комплексного врегулювання індивідуалізації юридичної особи як правовій категорії уваги не приділялося.

Відповідно в чинному законодавстві збереглися застарілі підходи до індивідуалізації у рамках галузевого законодавства, що не сприяє його ефективності. На основі аналізу шляхів історичного розвитку інститутів індивідуалізації доведено, що норми законодавства характеризуються певною консервативністю і з моменту їх виникнення розвинулися недостатньо.

Визначено, що рисами притаманними інститутам індивідуалізації є: 1) забезпечення охорони прав споживачів через належну персоніфікацію виробників товарів, робіт і послуг; 2) індивідуалізація складається з двох тісно взаємозалежних, але все-таки самостійних частин: засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту і засобів індивідуалізації продукції, робіт і послуг; 3) право на засоби індивідуалізації є особистим немайновим благом і абсолютним за своєю природою; 4) засоби індивідуалізації в чинному законодавстві змодельовані розрізнено та неоднозначно (інсти-

тут юридичної особи, недобросовісної конкуренції, інформаційного права, банківського права, реєстраційного права та інших підгалузей законодавства); 5) основний аспект проблематики дослідження – гуманістичний і спрямований на захист життя і здоров'я людей, честі гідності, законних прав і інтересів добросовісних підприємців, що охороняються законом.

У підрозділі 1.2. *«Передумови виникнення засобів індивідуалізації товаровиробників та їх товарів»* проведено історичний огляд основних етапів виникнення, формування і розвитку законодавства у галузі традиційних засобів індивідуалізації: комерційних (фірмових) найменувань, торговельних марок (товарних знаків).

У підрозділі 1.2.1. *«Гносеологія засобів індивідуалізації»* дисертант доходить висновку, що у своєму історичному розвитку фірма певною мірою пов'язана зі сформованим ще у давні часи звичаєм мати свій відмітний знак як атрибуту представників знатних станів. В епоху середньовіччя дворянські герби вивішували на замках, прикріплювали на щитах, і це дозволяло відрізнити один дворянський рід від інших. Торговельна марка як соціальна реальність також з'явилася в середні віки, та відрізняла одного товаровиробника від іншого, а як правова категорія стала відомою у другій половині XIX століття, юридично виокремившись серед інших засобів індивідуалізації товару і товаровиробника. Комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка (товарний знак) виникли в той період, коли відчувалась потреба в них, коли культурна сфера економіки, яка базується на принципах конкуренції, вже не могла обходитись без цих засобів індивідуалізації. Зростання ролі та значення цих засобів індивідуалізації зумовило необхідність створення системи правового регулювання суспільних відносин, які складаються у сфері охорони, здійснення і захисту права на комерційне найменування та торговельну марку. В наш час розвиток засобів індивідуалізації продовжується у зв'язку з розвитком електронних мереж та комерційної торгівлі. У зв'язку з чим виникають нові засоби індивідуалізації.

У підрозділі 1.2.2. *«Індивідуалізація товаровиробників в інших країнах»* проведено аналіз джерел міжнародного законодавства в галузі традиційних засобів індивідуалізації: комерційних (фірмових) найменувань, торговельних марок (товарних знаків), а також встановлено їх значення для законодавства України. Зроблено висновок про необхідність у подальшому запровадити уніфіковану міжнародно-правову систему засобів індивідуалізації.

Доведено, що законодавство України на цей час не в повному обсязі відповідає міжнародним нормам та стандартам у галузі охорони і захисту засобів індивідуалізації, не враховує нові тенденції та логічний взаємозв'язок інститутів цивільного права і тому потребує удосконалення.

Розділ 2 «Позитивне регулювання індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб в Україні» складається з п'яти підрозділів і присвячується дослідженню розвитку законодавства України щодо індивідуалізації юридичних осіб – підприємців.

У підрозділі 2.1. «Розвиток законодавства про індивідуалізацію суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб» наголошено, що перехід України до ринкової економіки з її конститутивною ознакою – конкуренцією – викликали гостру потребу у більш детальному позитивному правовому регулюванні відносин щодо індивідуалізації вже не тільки товарів і послуг, а й учасників цивільного обороту, зокрема товаровиробників та торговців. Проте Цивільний кодекс України та Господарський кодекс України, не врегулювали комплексно проблему засобів індивідуалізації. Проблеми ускладнюються й тим, що засоби індивідуалізації підприємців закріплюються у різних нормативно-правових актах цивільного та господарського законодавства. На підставі цього в роботі зроблений аналіз всіх нормативно-правових актів, що стосуються інституту індивідуалізації підприємців.

У підрозділі 2.2. «Система засобів індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб» дисертант проводить ґрунтовний аналіз правового регулювання засобів індивідуалізації у чинному законодавстві, надає відповідні визначення, проводячи класифікацію, виділяючи загальні та спеціальні їх ознаки. Єдність засобів індивідуалізації юридичних осіб також зумовлює їх інституціональну приналежність і місце в системі права, теоретичну основу та механізм усунення колізій між окремими з них. У своєму основному призначенні вони, безумовно, повинні підпорядковуватися загальним правилам системи цивільного права як такі, що структурують його основу.

У підрозділі 2.3. «Традиційні індивідуальні ознаки суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб» здійснено стислий аналіз ознак індивідуалізації юридичних осіб, таких як найменування, місцезнаходження, печатка, статут та банківський рахунок. Ці ознаки індивідуалізації є найбільш відпрацьованими в теорії та практиці. Однак виникає низка проблем, пов'язаних, зокрема, з перехрещенням таких понять, як найменування юридичної особи, комерційне найменування та бренд. Дисертант вважає, що це різні сторони прояву одного і того ж явища та на підставі цього пропонує шляхи вирішення відповідних проблем. Зокрема наголошується, що власне найменування у разі його реєстрації може одночасно бути і комерційним, і торговельною маркою, і навіть брендом.

У підрозділі 2.4. «Комерційне (фірмове) найменування як засіб індивідуалізації» наголошено, що фірма є найменуванням, основним засобом індивідуалізації юридичної особи поряд із визначенням місця її перебування. В основі розуміння юридичної функції фірми як найменування організації є потреба забезпечення персоніфікації участі юридичних осіб у цивільному обороті, як одна з основних ознак, наявність якої з-поміж інших необхідна для визнання організації суб'єктом права. Таким чином, найменування є необхідною умовою вирізнення юридичної особи, з кола інших.

Аналіз чинного законодавства щодо комерційного (фірмового) найменування юридичної особи доводить, що віднесення Паризькою конвенцією цього об'єкта до права промислової власності

на сьогодні не відповідає сучасним тенденціям розвитку права інтелектуальної власності. Стаття перша згаданої конвенції давно потребує корекції. Це вирішується через конструкцію підприємства як майнового комплексу, тому доцільно виключити найменування юридичної особи із глави 46 і перенести в §2 глави 7 ЦК України.

У підрозділі 2.5. «Торговельна марка як засіб індивідуалізації» проведено стислий аналіз існуючих підходів до визначення правової природи торговельної марки як об'єкта цивільно-правових відносин. Дисертантом обґрунтована точка зору, згідно з якою правовий режим створення, використання торговельної марки значно відрізняється від правового режиму виникнення і використання матеріальних об'єктів права власності. Обстоюється позиція, що право на торговельну марку за своєю правовою природою необхідно віднести до виключних прав на результати творчої діяльності. Зазначається, що цивільне законодавство України не передбачає єдиної підстави виникнення права на марку. Ці права встановлюються залежно від двох обставин, згідно з якими визнається значення правовстановлюючих юридичних фактів. Виключне право на марку виникає на підставі або реєстрації, або першості застосування марки в господарському обороті (тобто з моменту подачі заявки на реєстрацію чи першого фактичного використання марки).

Дисертантом проаналізовано міжнародне і українське законодавства щодо торговельної марки і доведено, що оскільки вітчизняне законодавство має розбіжності із законодавством ЄС, необхідно ст. 4 ЦК України привести у відповідність до глави 44 ЦК України, а Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» повинен деталізувати її положення.

Розділ 3 «Нові засоби індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб» присвячено ґрунтовному дослідженню нових засобів індивідуалізації юридичної особи, до яких належать: логотип, бренд, доменні імена.

У підрозділі 3.1. «Логотип та бренд як засоби індивідуалізації юридичної особи» досліджується один з основних елементів ідентифікації – логотип.

Доведено, що логотип є ідентифікаційною ознакою, яка включає в себе об'єкти, що можуть самі по собі бути охороноспроможними. У зв'язку з цим логотип може конкурувати з назвою, торговельною маркою. Логотип у його цифровому вираженні може бути використаний для індивідуалізації та позначення товарів. Логотип як об'єкт цивільних прав максимально наближений до торгової марки і може з нею повністю збігатися. За формальною ознакою його слід віднести до об'єктів права промислової власності, а функціонально – до спеціального субінституту індивідуалізації юридичних осіб.

Проаналізовано поняття «бренд», досліджено зміст і характер основних функцій бренду в Україні. Бренд ще не набув однозначного розуміння в доктрині права та позитивного регулювання. Під брендом розуміється як саме фірмове найменування, так і найбільш вдалі торговельні марки, що пропонуються споживачу як запорука їх підтвердженої зусиллями компанії репутації.

Бренд – існує на ринку України, але норми, яка б регулювала захист прав на бренд, немає. Дисертантом запропоновано доповнити статтю 33 ГК України «Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання» таким: неправомірне використання ділової репутації – це використання бренду іншої компанії або інших індивідуальних ознак, що призводить до змішування їх товарів, робіт, послуг.

Бренд та брендинг заслуговують на належну увагу українських підприємців та вироблення правил їх впровадження хоча б на рівні рекомендацій.

У підрозділі 3.2. *«Проблеми індивідуалізації в глобальних мережах»*. досліджуються засоби індивідуалізації Інтернет-відносин, що є новим і унікальним явищем сучасного права. і характеризуються: 1) техніко-правовою природою; 2) базуванням на нових для права і науки поняттях «Інтернет», «віртуальний простір», «сайт», «провайдер», «доменні імена», «електронна комерція»; 3) інтерсуб'єктністю відносин, які виникають в Інтернет-просторі (віртуальному); 4) міжнародним значенням; 5) наявністю спеціальних правопорушень і засобів їх попередження; 6) глобальним значенням ефективності правового регулювання.

Ідентифікаційні ознаки в Інтернет-мережі проявляються у віртуальному просторі, що із застосуванням централізованих баз даних дає можливість для верифікації суб'єкта відносин через такий простір і отримання достатньої інформації для вирішення питання про безпечність і доцільність участі в тих чи інших правовідносинах з ним.

Розділ 4 «Охорона та захист прав на засоби індивідуалізації юридичної особи» присвячено дослідженню охорони та захисту прав на засоби індивідуалізації, як особистих немайнових прав.

У підрозділі 4.1 *«Поняття охорони та захисту прав на засоби індивідуалізації»* проаналізовано міжнародне і національне законодавство щодо захисту та охорони засобів індивідуалізації. Стверджується, що охорона прав на засоби індивідуалізації концептуально має включати: 1) створення єдиної інформаційної системи засобів індивідуалізації; 2) гармонізацію національного законодавства у цій сфері відповідно до міжнародновизнаних принципів і норм; 3) забезпечення умов для розвитку підприємницьких відносин та використання засобів індивідуалізації; 4) створення єдиної системи підготовки і перепідготовки фахівців у цій сфері відповідно до суспільних потреб. Відповідно, охорона прав на засоби індивідуалізації юридичних осіб повинна бути нормативно, матеріально та організаційно забезпеченою.

У підрозділі 4.2. *«Цивільно-правовий захист комерційних (фірмових) найменувань, торговельних марок»* досліджено види порушень, наслідки порушення прав на комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки, та пропонуються засоби їх ефективного захисту.

Запропоновано, що право на захист слід розглядати в єдності його матеріально-правового змісту і процесуальної форми, яка полягає в тому, що можливість матеріально-правового характеру,

надана уповноваженій особі правом на захист, припускає і можливість здійснення останнього у певній, встановленій законом процесуальній формі, у визнаному законом порядку.

У підрозділі 4.3. «Захист засобів індивідуалізації в мережі Інтернет» дисертантом досліджуються проблеми, пов'язані з незаконним використанням інформації і захистом прав користувачів Інтернет. Сьогодні не існує єдиної концепції розв'язання проблеми інтернет-права. Світ інформаційних мереж все частіше піддається атакам з боку хакерів з метою видалення інформації та її незаконного використання. Найчастіші випадки безкарного порушення прав на інформацію: крадіжка доменних імен; плагіат; контрафактна продукція; дії з порушенням прав на відтворення; дії у вигляді поширення записів на дисках і відеокасетах без дозволу власників прав тощо, що й спонукає до вивчення проблем захисту інформації в мережі Інтернет, зокрема й засобів індивідуалізації. Ця проблема, ще не знайшла належного відображення в українській науці цивільного права.

Доведено, що захист індивідуалізації в мережі Інтернет пов'язаний із захистом інформації та прав інтелектуальної власності, для чого можуть бути застосовані загальні інструменти цивільного права і права інтелектуальної власності.

У **Висновках** викладені найбільш важливі теоретичні і практичні результати дисертаційного дослідження, здійснено цивільно-правовий аналіз окремих найбільш важливих і основних проблем, що виникають останнім часом у сфері засобів індивідуалізації юридичної особи. До найбільш важливих висновків дисертаційного дослідження слід віднести таке:

1. Основним результатом дослідження вважаємо формування цілісного інституту цивільного права, який об'єднує засоби індивідуалізації юридичної особи як комплексу позначень, під якими юридична особа бере участь у відносинах приватного та публічного характеру. Основним засобом індивідуалізації є власне чи комерційне найменування юридичної особи приватного права, яке безпосередньо чи опосередковано включається у інші засоби індивідуалізації.

2. Результатом розгляду підстав виникнення права на комерційне найменування і юридичного зв'язку між тотожними найменуваннями стала розробка моделі цивільно-правової регламентації відносин у сфері індивідуалізації і визначення співвідношення між правами на фірмові найменування, що належать різним фірмовласникам. Запропоноване юридичне поняття «пріоритет у праві на фірму», що має ключове значення при встановленні першості у виникненні права на комерційне (фірмове) найменування. Дослідження питання про юридичне співвідношення тотожних фірмових найменувань фактично запропонувало матеріально-правовий порядок розв'язання спорів, пов'язаних із захистом права на комерційне (фірмове) найменування та відповідні заходи щодо унеможливлення введення в оборот аналогічних чи схожих найменувань.

3. Додаткового наукового дослідження вимагає проблема співвідношення прав на фірмове найменування з іншими ознаками індивідуалізації: власним найменуванням, брендом, логотипом, торговельними марками, найменуванням місць походження товару. Очевидно, що сформульовані

в цій роботі правила співвідношення прав на однакові чи схожі комерційні (фірмові) найменування, які належать різним фірмовласникам, не можуть бути відповідно застосовані при вирішенні питань, що виникають у сфері зіткнення прав на комерційні (фірмові) найменування, з одного боку, та інші об'єкти інтелектуальної власності – з другого боку. Ця проблема, через її явну масштабність, вимагає самостійного дисертаційного дослідження.

4. Доведено необхідність переосмислення традиційного підходу до правової природи права на комерційне (фірмове) найменування як інституту права промислової власності.

5. Назріла необхідність у главі 7 ЦК України виділити спеціальний параграф: «Індивідуалізація юридичної особи», авторська редакція якого наведена у додатку до дисертації.

6. У цивільному праві право на логотип не піддавалось аналізу, що спричиняє неузгодженості між субінститутами засобів індивідуалізації, зокрема брендом, назвою і комерційним найменуванням. Доцільно в національному законодавстві врегулювати абсолютне право на логотип і передбачити відповідні з цим наслідки його порушення.

7. Запропоновано доповнити статтю 33 ГК України «Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання» новою частиною відповідної редакції.

8. З поширенням засобів комунікацій та появою віртуальних технологій виникла потреба в засобах індивідуалізації учасників Інтернет-відносин, що саме по собі є новим і унікальним явищем сучасного права. Доменні імена – це основа поширення інформації, що дозволяє ідентифікувати сайти; вони повинні бути удосконалені і приведені у відповідність із правом на найменування в ЦК України та спеціальному законі.

9. Ідентифікаційні ознаки учасників відносин в Інтернет-мережі проявляються у віртуальному просторі, що надає можливість верифікації суб'єкта цих відносин, отримання достатньої інформації для вирішення питання про доцільність та можливість вступу в ті чи інші правовідносини з ним. На часі врегулювання цих відносин у цивільному праві.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Татарченко Т. М., Шишка Р. Б. Субъекты предпринимательской деятельности // Предпринимательское право Украины: Учеб. пособие / Под общ. ред. Р. Б. Шишки. – Харьков: Эспада, 2001. – С. 107–117.

2. Татарченко Т. М. Неправомірне використання фірмового найменування у підприємницькій діяльності // Вісник Національного університету внутрішніх справ. – 2001. – Вип. 14. – С. 233–236.

3. Татарченко Т. М. Право на фірмове найменування // Проблеми правознавства та правоохоронної діяльності. Збірник наукових статей: Донецький інститут внутрішніх справ при Донецькому державному університеті. – 2001. – № 1. – С. 281–286.
4. Татарченко Т. М. Недобросовісне використання доменних імен в Інтернеті // Проблеми правознавства та правоохоронної діяльності. Зб. наук. праць – Донецький інститут внутрішніх справ при Донецькому національному університеті. – 2003. – № 2. – С. 157–165.
5. Татарченко Т. М. Загальна характеристика товарів та їх виробників // Вісник Національного університету внутрішніх справ. – 2003. – Вип. 22. – С. 351–356.
6. Татарченко Т. М. Бренд як новий засіб індивідуалізації юридичної особи // Вісник Одеського інституту внутрішніх справ. – 2004. – № 4. – С. 199–201.

АНОТАЦІЇ

Малиновська Т. М. Індивідуалізація суб'єктів підприємницької діяльності. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук за спеціальністю 12.00.03 – цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право. – Харківський національний університет внутрішніх справ, Харків, 2008.

Дисертація містить комплексний правовий аналіз теоретичних і практичних проблем, пов'язаних із засобами індивідуалізації суб'єктів підприємницької діяльності. Звернуто увагу на аналіз окремих найважливіших і основних, на погляд автора, новітніх проблем, що виникли останнім часом у сфері засобів індивідуалізації юридичної особи.

Досліджено нові засоби індивідуалізації – бренд, логотип, засоби ідентифікації в мережі Інтернет, доменні імена.

Особливу увагу приділено формуванню доктрини інституту цивільного права – індивідуалізації – як комплексу обов'язкових, присвоєних у встановленому порядку позначень, під якими юридична особа бере участь у відносинах приватного та публічного характеру.

Ключові слова: комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка, бренд, логотип, інтернет, доменні імена, виключне право, порушення права, охорона, захист.

Малиновская Т. Н. Индивидуализация субъектов предпринимательской деятельности. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата юридических наук за специальностью 12.00.03 - гражданское право и гражданский процесс; семейное право; международное частное право – Харьковский национальный университет внутренних дел, Харьков, 2008.

Диссертация является самостоятельной завершенной научной работой и посвящается комплексному исследованию актуальных вопросов гражданского права, которые связаны с правом на способы индивидуализации юридического лица – субъекта предпринимательской деятельности, порядка реализации, охраны и защиты данного права.

Проведенный комплексный анализ теоретических и практических проблем связанных со средствами индивидуализации участников гражданского оборота, товаров и услуг в гражданском праве Украины, направлен на усовершенствование и повышение эффективности гражданско-правового регулирования отношений, связанных с их использованием.

В диссертации исследовано историческое развитие и определена система средств индивидуализации, проанализировано соотношение средств индивидуализации со смежными правовыми категориями, определены правовая природа и признаки субъективных прав на средства индивидуализации, особенности их реализации и правовой охраны.

Особое внимание в диссертационном исследовании уделено существующему правовому механизму регулирования указанных правоотношений, выявлению пробелов в законодательстве, разработке практических рекомендаций по усовершенствованию законодательства в области права интеллектуальной собственности и их теоретическому обоснованию.

Автор исследует теоретические и практические вопросы, связанные со способами индивидуализации юридических лиц. Определяются критерии предоставления правовой охраны способов индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности, которые фиксируются в негативной форме, особенно, что касается новых средств индивидуализации (бренд, логотип, доменные имена).

Особое внимание автор уделяет исследованию оснований возникновения средств индивидуализации, регистрации, фактического их использования в хозяйственном обороте.

Основным результатом диссертационного исследования автор считает формирование доктрины института гражданского права – индивидуализации как комплекса обязательных присвоенных в установленном порядке обозначений, под которыми юридическое лицо принимает участие в частных отношениях публичного характера.

На основе анализа действующего и перспективного гражданского законодательства, судебной практики проанализированы понятия и виды нарушения прав на коммерческие (фирменные) наименования, торговую марку. Уделено внимание тому, что в доктрине гражданского права до сих пор право на логотип не подвергались анализу, и практика идет впереди, что провоцирует конкуренцию между субинститутами индивидуализации, в частности брендами, наименованиями, коммерческими наименованиями. Предложено в действующем национальном законодательстве урегулировать абсолютное право на логотип и последствия его нарушения.

При анализе общего обзора позитивного регулирования индивидуализации юридического лица предлагается собственное виденье структуры главы 7 Гражданского кодекса Украины и §2 «Индивидуализация юридического лица».

Ключевые слова: коммерческое (фирменное) наименования, торговая марка, бренд, логотип, интернет, доменные имена, исключительное право, нарушение права, охрана, защита.

Malinovskaia T. M. Individualization of Entrepreneur Activity's Subjects. – Manuscript.

Thesis for a candidate's degree by specialty 12.00.03 – civil law and civil procedure; family law; international private law. – National university of Internal Affairs, Kharkiv, 2008.

Thesis contains complex legal analysis of theoretical and practical problems connected to the means of individualization of entrepreneur activity's subjects. The author didn't want to analyze and solve all theoretical problems and practical tasks of the thesis, but she researched only those that had, according to the author, theoretical and practical value.

The author paid attention to the means of individualization – brand, logotype, means of identification in Internet, domain's names.

A great attention was paid to the formation of the doctrine of civil law institution – individualization as a complex of obligatory and appropriated in accordance with established procedure signs (indications), under which juridical person takes part in relations of private and public character.

Key words: commercial (company's) name, trade mark, brand, logotype, Internet, domain's names, exclusive right, law violation, security, protection.