

Хамзин У.М.

**ПРАВО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО
НАИМЕНОВАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ПРЕДМЕТА ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА
ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

U.M. Khamzin

**RIGHT TO USE AS AN ELEMENT OF CORPORATE NAME
TO THE SUBJECT OF THE AGREEMENT ON LEGISLATION FRANCHISING
OF KAZAKHSTAN**

УДК: 343.977:351/7

В настоящей статье рассматриваются юридическая природа, сущность, содержание исключительного права на фирменное наименование. Особое внимание обращается на способы распоряжения правом на фирменное наименование.

This article deals with the nature of Law and the contents of the exclusive right for an organization's name. The author draws his attention on how the organization can use the right to give it a name.

Отдельные исключительные права, входящие в комплекс исключительных прав, применительно к договору франчайзинга имеют различное правовое значение. В этом смысле исключительные права лицензиара могут быть дифференцированы на две категории: первую категорию составляют исключительные права. предоставление права пользования которыми лицензиату составляет существо обязательства лицензиара по договору франчайзинга, без чего договор франчайзинга не может считаться заключенным (право на фирменное наименование лицензиара, а также право на охраняемую коммерческую информацию); ко второй категории исключительных прав могут быть отнесены те исключительные права, использование которых лицензиатом может быть предусмотрено договором франчайзинга, однако договор считается заключенным и при отсутствии упоминания в нем о наделении лицензиата правом использования соответствующих прав, принадлежащих лицензиару (права на товарный знак, знак обслуживания, права патентообладателя и др.). первую категорию исключительных прав можно условно обозначить как обязательные объекты, а вторую - как факультативные объекты договора франчайзинга.

Из п. 1 ст. 896 Гражданского кодекса Республики Казахстан (далее - ГК) вытекает, что обязательными объектами исключительных прав в договоре франчайзинга являются фирменное наименование и охраняемая коммерческая информация. Невключение в договор этих элементов не позволяет считать подписанное соглашение договором франчайзинга, даже несмотря на его название. Поэтому в отношении договоров, не имеющих своим объектом фирменное наименование или охраняемую коммерческую информацию или хотя и включающих упомянутые объекты, но не названных франчайзингом, действуют правила, предусмотренные сторонами в договоре, и общие нормы ГК.

Фирменное наименование используется для индивидуализации юридического лица - коммерческой организации, то есть для различения этого юридического лица от других. Наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, после регистрации юридического лица является его фирменным наименованием.

Фирменное наименование коммерческой организации и наименование некоммерческой организации, по сути, выполняют одну и ту же функцию - индивидуализировать юридическое лица. Но первое из них вместе с тем имеет и коммерческую ценность. Фирменное наименование благодаря устанавливаемому на него исключительному праву способно участвовать в гражданском обороте в качестве имущества.

Требования, предъявляемые к наименованию юридического лица, в равной мере распространяются и на фирменное наименование. Наименование юридического лица включает в себя его название и указание на организационно-правовую форму. Вместе с тем, оно может включать в себя дополнительную информацию, предусмотренную законодательством (п. 1 ст. 38 ГК). Схожие с этой нормой нормы законодательства других стран позволили исследователям выделить в структуре фирменного наименования два элемента¹. Первый — основная часть, именуемая корпусом фирмы, а второй — вспомогательная часть, именуемая добавлениями. Корпус фирмы должен содержать сведения об организационно-правовой форме коммерческой организации и дополнительную информацию, предусмотренную законодательством. Обычно эти сведения приводятся в сокращенной форме, например, АО (акционерное общество), ТОО (товарищество с ограниченной ответственностью), НК (национальная компания) и др.

"Добавления", присоединяемые к корпусу фирмы играют большую роль в деле индивидуализации юридического лица. Закон установил определенные ограничения в отношении этой части фирменного

¹ Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, 2004. С. 573.

наименования, а определение сведений, подлежащих включению в его содержание, оставил на усмотрение учредителя (учредителей). Обычно это оригинальные обозначения, непохожие на другие. Учредители вправе наполнять название юридического лица любыми словами, буквами, даже собственными именами, главное, чтобы они не противоречили требованиям законодательства или нормам общественной морали. Также в наименовании юридического лица не допускается использование собственных имен лиц, если они не совпадают с именем участников либо если участники не получили разрешения этих лиц (их наследников) на использование собственного имени (п. 1 ст. 38 ГК).

Содержание исключительного права на фирменное наименование образуют действия юридического лица по использованию фирменного наименования в официальных бланках, печатных изданиях, рекламе, вывесках, проспектах, счетах, на товарах и их упаковке и в иных случаях, необходимых для индивидуализации юридического лица (п. 1 ст. 1020 ГК). Исключительное право дает его обладателю возможность монопольного использования фирменного наименования, а все третьи лица вправе использовать фирменное наименование только с согласия правообладателя. Соответственно правообладатель вправе запрещать всем третьим лицам использовать его фирменное наименование. В этой связи возникает вопрос: можно ли с разрешения правообладателя предоставить право использования фирменного наименования другим лицам? С одной стороны, может показаться что такое разрешение противоречит сущности фирменного наименования, поскольку оно неразрывно связано с правообладателем и является элементом его правоспособности. Но с другой стороны запрет предоставления права использования фирменного наименования другим лицам сведет содержание исключительного права лишь к действиям, предусмотренным в п. 1 ст. 1020 ГК, Эти действия, следует отметить, вправе совершать любое юридическое лицо в отношении своего наименования. Это в свою очередь ведет к стиранию различий между исключительным правом на фирменное наименование и правом некоммерческих организаций на свои официальные наименования. Поэтому ст. 1023 ГК, дающую возможность предоставления права на фирменное наименование иным лицам, следует расценивать, как попытку законодателя раскрыть сущность исключительного права на фирменное наименование.

В соответствии с п. 1 ст. 1023 ГК отчуждение и переход права на фирменное наименование юридического лица не допускаются, кроме случаев реорганизации юридического лица и отчуждения предприятия в целом. По договору франчайзинга право использования фирменного наименования лицензиара не отчуждается, а предоставляется лишь на определенный срок, следовательно, ответ на наш вопрос нужно искать в п. 2 названной статьи. Согласно ему обладатель права на фирменное наименование может разрешить (выдать лицензию) другому лицу использовать свое наименование способами, обусловленными в договоре. При этом в лицензионном договоре должны быть предусмотрены меры, исключающие введение потребителя в заблуждение.

Предусмотренная законом возможность предоставления права использования фирменного наименования иным лицам разделяется в литературе далеко не всеми учеными. Сказанное можно проиллюстрировать на договоре франчайзинга. Так, по мнению И.У. Жанайдарова, "...комплексный лицензиат даже при совершении сделок, связанных с франчайзинговой деятельностью, выступает от своего имени и должен указывать, что он действует в качестве лицензиата, если это с очевидностью не вытекает из самой обстановки совершения сделок. Комплексный лицензиат вправе использовать фирменное наименование комплексного лицензиара только в целях информирования потребителя (реклама, вывеска, использование рядом с товарным знаком лицензиара и т.п.) в порядке и способом, установленными договором комплексной предпринимательской лицензии"². А.П. Сергеев полагает, что предметом договора коммерческой концессии является не все фирменное наименование со всеми его необходимыми атрибутами, а лишь то условное обозначение, которое является обязательным добавлением к корпусу фирмы и индивидуализирует предпринимателя среди других участников гражданского оборота³.

Нетрудно обнаружить сходство в высказанных позициях. Авторы солидарны во мнении, что применительно к договору франчайзинга значимо не фирменное наименование в целом, а его часть, а именно название без указания на организационно-правовую форму юридического лица. Однако закон не запрещает предоставление на лицензионной основе права использования фирменного наименования целиком, без раздела его на части (корпус фирмы и обязательное добавление). Поэтому вполне допустима ситуация, когда на вывеске предприятия лицензиата будет фигурировать полное наименование лицензиара (название одновременно с указанием на организационно-правовую форму юридического лица). Дабы исключить возможную подмену одного участника гражданского оборота (лицензиара) другим (лицензиатом) в глазах потребителей продукции, выпускаемой с использованием лицензионного комплекса, ГК в ст. 899 закрепил обязанность лицензиата информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что он использует фирменное наименование ... на основании договора комплексной предпринимательской

² Гражданское право. Том II. Учебник для вузов (акад. курс) / Отв. ред. М.К. Сулейменов, Ю.Г. Басин. Алматы, 2002. С. 596.

³ Сергеев А.П. Указ. соч. С. 588.

лицензии. Однако серьезным упущением законодателя в данном направлении считаем то, что приведенная норма носит диспозитивный характер.

Вместе с тем, нельзя забывать и о цели передачи права использования фирменного наименования по договору франчайзинга. Это, в первую очередь, ускорение, совершенствование процесса реализации продукции, выпускаемой лицензиатом. Таким образом, основная цель фирменного наименования - выступление юридического лица в гражданском обороте от своего имени, возможность иметь права и исполнять обязанности, т.е. реализация его правоспособности в договоре франчайзинга не столь значительна. Поэтому не должно возникать ошибочного представления, что фирменное наименование переключается к другому лицу (лицензиату) и законодатель посредством своих норм способствует этому. Напротив, включение фирменного наименования в гражданский оборот подобным образом, будет способствовать развитию франчайзинга, поскольку во многих случаях потребители обращают внимание не на успевший стать известным товарный знак, а на производителя продукции.

Рецензент: к.ю.н.: Рыскулов Ш.Д.
