

Кадырбекулы Мырзадильда

ВОПРОСЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРАВА НА ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ

Kadyrbekuly Myrzdilda

QUESTIONS OF LAW TO THE BRAND NAME

УДК: 347.771.58

В статье автор раскрывает вопросы возникновения права на фирменное наименование. Дается анализ действующего положения Республики Казахстан.

The author reveals the issues of rights to the brand name. Analyzes the current status of the Republic of Kazakhstan.

В число объектов исключительных прав на средства индивидуализации в юридической литературе включается в первую очередь фирменное наименование. Данное наименование должно иметь юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, то есть преследующее извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.

Рыночная экономика предполагает свободное ведение предпринимательской деятельности неограниченного числа хозяйствующих субъектов. Огромное количество фирм, основной целью которых является получение прибыли, вступают в жесткую конкурентную борьбу, особенно, если они производят однородные товары или оказывают однородные услуги. Этот фактор диктует необходимость в индивидуализации каждого из участников. При этом любой участник оборота вправе рассчитывать на то, чтобы в деловом мире, и среди потребителей, и в глазах общественного мнения его оценивали по реальным заслугам. Приобретая и осуществляя права и обязанности под своим фирменным наименованием, юридическое лицо реализует возможность на индивидуализацию своего участия в обороте.

Содержание понятия права на фирменное наименование раскрывается А.П. Сергеевым следующим образом: "Сущность права на фирму заключается в гарантировании юридическому лицу возможности выступать в гражданском обороте под собственным фирменным наименованием". Подобная правовая поддержка участника гражданского оборота и его интересов способствует должной индивидуализации его деятельности на рынке товаров, работ и услуг.

Вопрос о том, с какого момента у юридического лица возникает право на фирменное наименование, представляет известную сложность и в настоящее время в казахстанском гражданском законодательстве и в окончательном виде еще не решен. Ввиду того, что данный вопрос имеет принципиально важное практическое значение, на нем необходимо остановиться чуть подробнее, затронув, в частности, его историю.

В мировой практике существуют два основных подхода к определению момента возникновения права на фирменное наименование. В ряде стран правоустанавливающим юридическим фактом является регистрация фирменных наименований в соответствующем реестре. С момента такой регистрации юридическое лицо приобретает исключительное право на фирменное наименование.

Некоторые законодательства используют так называемый явочный принцип, в соответствии с которым право на фирменное наименование приобретает в силу факта его правомерного использования, а последующая регистрация лишь закрепляет данное право и не всегда является обязательной.

При Советской власти на протяжении всего периода охраны фирменных наименований отсутствовала система специальной их регистрации. Право на фирменное наименование возникало в явочном порядке с того момента, когда юридическое лицо фактически начало пользоваться данным фирменным наименованием, при условии ее соответствия требованиям закона. Данный порядок был закреплен пунктом 10 Положения о фирме 1927 года, где прямо подчеркивалось, что фирменное наименование не подлежит особой регистрации, независимой от регистрации предприятия. Момент возникновения исключительного права на фирменное наименование в Республике Казахстан определен положениями статей 38, 1020 - 1030 ГК РК, а также законом. Положение статьи 1020 ГК РК устанавливает, что фирменное наименование юридического лица определяется при утверждении его устава. Под определенным фирменным наименованием юридическое лицо вносится в единый государственный реестр юридических лиц.

Таким образом, с момента государственной регистрации предприятия, юридическое лицо начинает обладать исключительным правом использования фирменного наименования. Объем правомочий, составляющих исключительное право, определяется положением статьи 1020 ГК РК. Он сводится к тому, что юридическое лицо имеет право использовать свое фирменное наименование на товарах, упаковке производимого им товара, в рекламе, вывесках, проспектах, счетах, печатных изданиях, официальных бланках и иной документации, связанной с его деятельностью, а также при демонстрации товаров на выставках и ярмарках, которые проводятся на территории Республики Казахстан.

По своему характеру исключительное на фирменное наименование можно отнести к "праву с

исключениями" или к монополии с изъятиями потому, что в силу объективного процесса создания системы регистрации юридических лиц в Казахстане сложилась ситуация, когда одним и тем же фирменным наименованием пользуются несколько юридических лиц.

До принятия Указа Президента РК, имеющего силу Закона, от 17 апреля 1995 года № 2198 "О государственной регистрации юридических лиц", установившего единую для всей республики процедуру регистрации юридических лиц в органах юстиции, такая регистрация осуществлялась органами местной исполнительной власти. Информация о регистрации централизованно не собиралась, единого банка не было.

Это привело к тому, что в каждой области Казахстана, в разных или одинаковых видах предпринимательства, могут существовать коммерческие организации с одинаковыми фирменными наименованиями. Аналогичная ситуация сложилась и в России.

Таким образом, завершая рассмотрения вопроса о моменте возникновения у юридических лиц прав на фирменное наименование и значения их государственной регистрации, необходимо отметить главное. Право на фирменное наименование возникает у юридического лица с того момента, когда начинается ее фактическое использование, т.е. когда юридическое лицо в установленном порядке зарегистрировано в качестве субъекта предпринимательской

деятельности. Особая регистрация фирменных наименований необходима, более того, она должна носить обязательный характер, но при этом не иметь правоустанавливающего значения. Регистрация фирменных наименований может осуществляться как на общегосударственном, так и на региональном уровне в зависимости от того, какой из вариантов более экономичен, и подкреплён в техническом отношении.

Продолжая характеристику права на фирменное наименование, следует отметить, что по казахстанскому законодательству оно является в принципе правом неотчуждаемым. В отличие от других объектов промышленной собственности, которые, как правило, могут свободно передаваться другим лицам на договорной основе, фирменное наименование не может быть продано, передано безвозмездно или иным образом отчуждено третьим лицам. На практике такого рода соглашения иногда встречаются, но их участники используют обходные пути для совершения подобных действий, в частности пользуются процедурой передачи права на товарный знак, совпадающий с частью фирменного наименования и т.п.

Литература:

1. *Сергеев А. П.* Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. М. Проспект. 1995 г. С. 527
2. *Каудыров Т. Е.* Гражданско-правовая охрана объектов промышленной собственности в Республике Казахстан. А. Жетя Жаргы. 2001 г. С. 250.

Рецензент: к.ю.н. Акимбекова С.А.