

Кадырбекулы Мырзадильда

ПОНЯТИЕ ФИРМЕННОГО НАИМЕНОВАНИЯ И ЕГО ОТЛИЧИЕ ОТ ИНЫХ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ

Kadyrbekuly Myrzadilda

THE CONCEPT OF BRAND NAME AND ITS DIFFERENCE OF OTHER MEANS OF INDIVIDUALIZATION

УДК: 347.71.343

В данной статье автор раскрывает понятие фирменного наименования. Автор дает отличие фирменного наименования от иных средств индивидуализации на основании действующего законодательства.

In this article author discloses the concept of brand name. The author gives a distinct brand of other means of individualization on the basis of existing legislation.

Любой хозяйствующий субъект имеет свое фирменное наименование, товарный знак, которые призваны отличать товары или услуги, имидж данной фирмы от товаров или услуг ее конкурентов. Это вполне закономерно, так как фирме необходимо выделиться из огромного количества подобных ей других фирм, которые производят однородные товары или оказывают такие же услуги. Одним словом, это можно представить как некое средство, применяя которое фирма запоминается в сознании покупателей как производитель данного товара или услуги.

Изготовление какого-либо изделия требует определенных затрат времени, сырья и материалов, человеческого труда. То же самое можно сказать и о фирменном наименовании. Существуют крупные компании, наименования которых известны по всему миру: "The Coca-Cola Company", "Phillip Morris", "Ford", "British Petroleum Inc." и т.д. Их фирменные наименования - это результат многолетней работы над имиджем, на которые потрачены не один миллион долларов, их товарные знаки - известные мировые бренды, которые говорят о высоком качестве товара ил услуг. Говоря языком экономиста - это гудвилл. Что же касается определения фирменного наименования, данного в юридической литературе, то здесь немного по-другому. Итак, рассмотрим определения фирменного наименования из законодательства Республики Казахстан и сравним его с определениями из законодательства других стран. Действующее законодательство Республики Казахстан не содержит определения фирменного наименования. Оно лишь указывает, что "юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование" (ст. 38 ГКРК). Следовательно, фирменное наименование - обязательный элемент любой коммерческой организации, который индивидуализирует ее в деловом обороте.

Фирменное наименование - это название, под которым выступает предприниматель в своей производственной или коммерческой деятельности. Фирменное наименование (*le pop commercial*) - это понятие, которое по-разному толкуется в законодательстве тех или иных стран. Однако самым общим образом его можно определить как имя или обозна-

чение, позволяющее идентифицировать предприятие определенного физического или юридического лица¹. Каждая новая фирма, появившаяся на рынке, должна быть зарегистрирована в соответствующих государственных органах под определенным именем - фирменным наименованием.

До недавнего времени в Кыргызстане не было специального законодательства, регулирующего правоотношения, связанные с использованием фирменных наименований. Проблемы, возникающие в этой связи, решались на основе международных соглашений, участником которых является Кыргызская Республика, и, прежде всего Парижской конвенции, а также на основе отдельных положений ряда законов и решений высших судебных органов Кыргызской Республики.

Таким образом, в соответствии со статьей 4 Закона Кыргызской Республики о фирменных наименованиях², под фирменным наименованием понимается устойчивое полное или сокращенное наименование юридического лица, под которым предприниматель выступает в гражданском обороте и которое индивидуализирует и отличает его среди других участников гражданского оборота.

Действующее российское законодательство, в том числе и Положение о фирме 1927 г не дает определения фирменного наименования, а лишь указывает на его реквизиты. В юридической литературе фирмой чаще всего называется то наименование, под которым предприниматель выступает в гражданском обороте и которое индивидуализирует это лицо в ряду других участников гражданского оборота. В проекте федерального закона о фирменных наименованиях дает определение фирменного наименования, которое было рассмотрено выше: "словесное обозначение, под которым коммерческая организация выступает в гражданском обороте, служащее для отличия одной коммерческой организации от другой коммерческой организации"³.

Основными характеристиками правового режима фирменного наименования как средства индивидуализации согласно действующему законодательству Республики Казахстан являются:

¹ Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности. Комментарий,- Пер. с фран.- М.: Прогресс, 1977, С. 33.

² Закон КР "О фирменных наименованиях" в редакции Закона КР от 27 февраля 2003 года № 46. Нормативные акты, Бишкек. 2003.

³ Проект федерального закона "О фирменных наименованиях".

1. Правом на фирменное наименование обладают только коммерческие организации, являющиеся юридическими лицами, и индивидуальные предприниматели (как национальные, так и иностранные).

2. Основной функцией фирменного наименования является оказание помощи в распознавании определенного юридического лица или индивидуального предпринимателя и выделение его среди других однородных субъектов (конкурентов).

3. В соответствии со ст. ст. 38, 1020-1023 ГК РК юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право на его использование. Момент возникновения исключительного права определен в законе. Статья 1020 ГК РК устанавливает, что фирменное наименование юридического лица определяется при утверждении его устава. Под определенным фирменным наименованием юридическое лицо вносится в единый государственный регистр юридических лиц. Таким образом, охрана фирменного наименования в Казахстане возникает с момента государственной регистрации предприятия, а юридическое лицо, его зарегистрировавшее, соответственно, с этого же момента начинает обладать исключительным правом его использования. По своему характеру исключительное право 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 лиц⁴.

4. Не допускается не только тождество фирменных наименований (их полная идентичность во всех элементах), но и сходство, которое может привести к отождествлению соответствующих лиц, а также ввести в заблуждение относительно выпускаемых ими товаров или оказываемых услуг.

5. Элементами фирменного наименования являются: основная часть (указание на организационно-правовую форму юридического лица, указание на собственника имущества данного юридического лица, на принадлежность к виду государственной собственности (республиканское или коммунальное), указание на то, что данное лицо является индивидуальным предпринимателем и др.) и вспомогательная (специальное название юридического лица, имя индивидуального предпринимателя, такие указания, как "центральный", "специализированный", "фирма" и др.).

6. Право на фирменное наименование носит бессрочный характер, это означает, что, приобретя после своей регистрации фирменное наименование, юридическое лицо (индивидуальный предприниматель) вправе его использовать на протяжении всего своего существования на рынке (п. 2 ст. 1020 ГК РК).

Однако фирменное наименование может быть изменено:

1) обладатель фирменного наименования вправе в любой момент изменить его без видимых причин, так как в настоящее время в законодательстве РК нет на это никакого ограничения (хотя подобные действия обладателя фирменного наименования могут быть результатом его намерения скрыться от, например, выполнения своих обязательств, путем введения в заблуждение третьих лиц);

2) при реорганизации юридического лица также возможно изменение фирменного наименования;

3) при отчуждении юридического лица как имущественного комплекса или дела (его части) индивидуального предпринимателя новый владелец также может изменить фирменное наименование;

4) фирменное наименование может быть изменено и по решению суда при нарушении охраняемых законом прав и интересов третьих лиц или соответствующих требований законодательства.

7. Право на фирменное наименование действует на территории РК, если юридическое лицо или индивидуальный предприниматель были зарегистрированы в качестве таковых на территории РК. Что касается юридических лиц, зарегистрированных за пределами РК, то, в соответствии со ст. 8 Парижской Конвенции по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г., данные фирменные наименования охраняются и на территории РК без какой-либо регистрации и заявления.

8. Право на фирменное наименование является в принципе неотчуждаемым, за исключением случаев реорганизации и отчуждения юридического лица (ст. 1023 ГК РК), отчуждения дела или его части индивидуального предпринимателя (п. 1 и 2 ст. 28 Закона РК "Об индивидуальном предпринимательстве" от 19 июня 1997г. №135-1.).

Выбор фирменного наименования представляет нелегкую задачу, однако ее успешное решение является залогом не только процветания фирмы, но и ее долголетия. В качестве примера можно привести компанию Kodak, которая существует на рынке более ста лет. Решая задачу выбора фирменного наименования, предприниматели должны во избежание столкновений с конкурентами ознакомиться с фирменными наименованиями компаний, как отечественных, так и зарубежных, ведущих бизнес в том же секторе рынка. Эти шаги предотвратят нежелательные и дорогостоящие тяжбы с конкурентами, которые приходится вести в тех случаях, когда выбранное фирменное наименование оказывается тождественным фирменному наименованию (или сходным с ним) третьих лиц, которые приобрели право на него ранее.

Рецензент: к.ю.н. Акимбекова С.А.

⁴ Каудыров Т.Е. Гражданско-правовая охрана объектов промышленной собственности в Республике Казахстан, Алматы, 2001, 448 с.