

После произведения уплаты сбора за государственную регистрацию прав на недвижимое имущество реквизиты чека (уникальный код платежа, наименование получателя платежа, код бюджетной классификации, наименование банка второго уровня или организации, осуществляющей отдельные виды банковских операций, данные плательщика платежа, в том числе его идентификационный номер, сумма сбора, дата и время оплаты, уникальный номер правоустанавливающего документа) сохраняются на ПШЭП в виде электронного чека и направляются в информационную систему правового кадастра;

3) регистрирующий орган:

- проверяет в информационной системе правового кадастра, а при необходимости на ПШЭП наличие электронного чека, подтверждающего уплату сбора за государственную регистрацию прав на недвижимое имущество, полноту уплаченного сбора и соответствие уникального номера правоустанавливающего документа, указанного на электронном чеке и на электронной копии правоустанавливающего документа;

- направляет уведомление о произведенной регистрации либо об отказе или приостановлении государственной регистрации в единую нотариальную информационную систему, а также при наличии на электронные адреса участников сделки;

- распечатывает на бумажном носителе правоустанавливающий документ, уведомление о произведенной регистрации либо об отказе или приостановлении государственной регистрации и электронный чек, подтверждающий оплату сбора за государственную регистрацию прав на недвижимое имущество, для хранения в регистрационном деле [3].

Таким образом, действующая процедура регистрации прав на недвижимое имущество в республике Казахстан в настоящий момент представляет собой систему, детально регламентированную действующим законодательством. Внедренная в 2013 году процедура электронной регистрации значительно сокращает временные и материальные затраты субъектов. Вместе с тем, учитывая высокий спрос на объекты недвижимости, можно утверждать, что система фиксации прав на нее еще ни раз будет подвергаться реформированию с целью приведения к единообразию правоприменительной практики и соответствия международным стандартам.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Общая часть), принят Верховным Советом Республики Казахстан 27 декабря 1994 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.07.2017 г.) // http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1006061#pos=0;0

2. Закон Республики Казахстан от 23 декабря 1995 года № 2723 «Об ипотеке недвижимого имущества» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 27.02.2017 г.) // http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1004032#pos=0;0

3. Закон Республики Казахстан от 26 июля 2007 года № 310-III «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 27.02.2017 г.) // http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30118294#pos=0;0

4. Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.07.2017 г.) // http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31577399

5. Кодекс Республики Казахстан от 10 декабря 2008 года № 99-IV «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.07.2017 г.) // http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30366217

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ФИРМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ

Аманбаева А.Б., магистрант юридического факультета КарГУ им. академика Е.А. Букетова

До недавнего времени одним из ключевых и, в то же время, не разрешенных должным образом вопросов, связанных с правовой охраной фирменных наименований, являлся вопрос об основаниях, а соответственно и о моменте возникновения исключительного права на их использование.

Понятие фирмы впервые стало упоминаться законодателями в XIX веке. «Фирма – есть название торгового предприятия, а право на фирму – есть исключительное право производства или сбыта известных товаров от имени данного предприятия, под данной фирмой. Так как известное

предприятие, благодаря достоинству своих товаров, приобрело значительный круг потребителей, то для других представляется искушением воспользоваться чужой фирмой, чтобы отвлечь внимание покупателей. Здесь-то закон принимает под свою защиту интересы предприятия и запрещает всем другим потребителям ту же фирму. Это достигается мерами предупредительными и карательными» [1].

Фирменное наименование является одним из объектов интеллектуальной собственности, служащий для индивидуализации товаров и услуг одних юридических и физических лиц от других. Юридическое лицо имеет свое наименование, позволяющее отличить его от других юридических лиц, а также включает в себя указание на организационно-правовую форму. Под фирменным наименованием понимается то наименование, под которым коммерческая организация выступает в гражданском обороте и которое индивидуализирует ее среди других участников гражданского оборота. Юридическое лицо имеет исключительное право использовать фирменное наименование в официальных бланках, печатных изданиях, рекламе, вывесках, проспектах, счетах, на интернет-ресурсах, на товарах и их упаковке и в иных случаях, необходимых для индивидуализации юридического лица [2, 79].

Организации могут владеть множеством товарных знаков (знаков обслуживания) и использовать их для различения одних услуг и товаров от других. Вместе с тем, существует прямая обязанность фирмы выделить непосредственно себя из среды других фирм, являющихся конкурентами. Обычно фирма принимает специальное наименование, которое может быть совершенно отличным от представления выпускаемой продукции, как, например, товарный знак, а может почти полностью соответствовать роду деятельности фирмы, например, «REN-MILK» (фирма, деятельность которой направлена на производство молочной продукции). Фирмы часто сокращают свои наименования, например, вместо «БАХЫТ ТУР» используется аббревиатура «БТ».

Как известно, право одного лица заканчивается там, где начинается право другого. Это абстрактные пределы осуществления гражданских прав.

А.П. Сергеев считает, что осуществление гражданских прав не должно нарушать прав и охраняемых законом интересов других лиц. Наличие подобного требования продиктовано тем очевидным обстоятельством, что права различных субъектов в обществе теснейшим образом переплетены и взаимосвязаны. Осуществляя свои права, субъект должен считаться с тем, что другие лица являются обладателями аналогичных или смежных прав, которые точно так же признаются и охраняются законом [3, 94].

В соответствии со ст. 8 Парижской конвенции, фирменное наименование подлежит правовой охране во всех государствах, присоединившихся к конвенции. В ней не оговаривается, какой вид защиты предоставляется фирменным наименованиям, и каким образом обеспечивать эту защиту на практике. В связи с этим, в разных странах мира существует большое разнообразие правовых режимов охраны фирменных наименований. Безусловно, имеет большое значение то, что охрана этого вида средства индивидуализации участников гражданского оборота гарантируется национальным законодательством большинства стран.

Существует ряд стран, в которых на данный момент отсутствует закон, обеспечивающий полную охрану фирменного наименования юридического лица, к которым на данный момент относится и Республика Казахстан. В ряде государств существуют специально принятые законы о фирменных наименованиях. Существенно отличаются между собой и формы регистрации фирменных наименований, в основном эти отличия сводятся к территориальному охвату регистрации (на местном уровне или в масштабе страны), а также по правовым последствиям регистрации.

Необходимость защиты фирменных наименований непосредственно связана с пресечением недобросовестной конкуренции, поскольку использование известного фирменного наименования путем обозначения его на “пиратских” изделиях приносит ущерб как потребителям, которых вводит в заблуждение ложное наименование, так и самой фирме, так как объем продаж фирмы падает и страдает ее престиж [4, 79].

Недобросовестность может выражаться в сознательном пренебрежении чужими интересами ради собственной выгоды, то есть это – поведение злонамеренное по отношению к другим лицам. Недобросовестность нередко смешивают с виновностью в нарушении обязанностей, но это – различные, хотя и пересекающиеся понятия. Виновность связана с нарушением конкретной юридической охватывающей поведение, долженствованием [5].

До недавнего времени в Казахстане не было специального законодательства, регулирующего правоотношения, связанные с использованием фирменных наименований. Проблемы, возникающие в этой связи, решались на основе международных соглашений, участником которых является

Республика Казахстан, и, прежде всего, на основе Парижской конвенции. В настоящее время в Республике Казахстан правовая охрана фирменных наименований охватывается Гражданским кодексом Республики Казахстан (далее - ГК РК), Предпринимательским кодексом Республики Казахстан, законом РК «О государственном имуществе», Постановлением Правительства РК «Некоторые вопросы совершенствования государственной системы защиты прав интеллектуальной собственности», Постановление Правительства РК «Об утверждении Правил о порядке исчисления и уплаты сбора за использование юридическими (кроме государственных предприятий, государственных учреждений и некоммерческих организаций) и физическими лицами слов «Казахстан», «Республика», «Национальный» (полных, а также любых производных от них) в их фирменных наименованиях, знаках обслуживания, товарных знаках».

Гражданский кодекс Республики Казахстан в значительной мере определяет правовой режим регулирования фирменных наименований. Так, например, в соответствии со статьей 38 ГК РК наименование юридического лица указывается в его учредительных документах, а также определяется при утверждении его устава. Под утвержденным фирменным наименованием юридическое лицо включается в Национальный реестр бизнес-идентификационных номеров.

Отмечаются следующие общеизвестные признаки фирменных наименований:

- 1) Критерий творчества не является необходимым в отношении фирменного наименования.
- 2) Главное назначение фирменного наименования состоит в индивидуализации юридического лица.
- 3) Фирменное наименование является олицетворением деловой репутации предприятия и тем самым представляет личную и имущественную ценность.
- 4) Фирменное наименование должно быть постоянным и неизменным, сохраняющим свое название даже при переходе предприятия от одного лица к другому.
- 5) Название фирмы должно давать правдивую характеристику о ней.
- 6) Право на фирму, как правило, носит бессрочный характер.
- 7) Регистрация фирменного наименования может быть осуществлена только в отношении юридического лица - коммерческой организации.
- 8) Юридическое лицо может обладать лишь одним фирменным наименованием в отличие от других средств индивидуализации предприятий [6, 105].

Действующее законодательство предъявляет к фирменным наименованиям ряд требований. Прежде всего, наименование коммерческой организации должно правдиво отражать его правовое положение и не вводить в заблуждение других участников гражданского оборота. Далее, чтобы выполнять функцию индивидуализации участника гражданского оборота, фирменное наименование должно обладать отличительными признаками, которые не допускали бы смешения одной фирмы с другой. Иными словами, фирменное наименование должно быть новым и отличным от уже используемых наименований. Вот, согласно Гражданскому Кодексу Республики Казахстан, не может быть использовано фирменное наименование, похожее на фирменное наименование уже зарегистрированного юридического лица настолько, что это может привести к отождествлению соответствующих юридических лиц, а также введению в заблуждение относительно выпускаемых ими товаров или оказываемых услуг. Если фирменное наименование одного юридического лица оказывается тождественным или сходным до степени смешения с товарным знаком (знаком обслуживания) другого юридического лица или физического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность, и в результате такого тождества или сходства может ввести потребителей в заблуждение, то преимущество будет иметь средство индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания), исключительное право на которое возникло ранее. Обладатель такого средства индивидуализации в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан, имеет право требовать признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (знаку обслуживания) на однородные товары или услуги, или запрета на использование фирменного наименования. Также необходимо отметить, что запрещается использование в фирменных наименованиях, знаках обслуживания, товарных знаках юридических лиц, не являющихся государственными органами, указаний на официальные названия государственных органов Республики Казахстан, установленные законодательными актами, актами Президента и Правительства Республики Казахстан [2].

Наконец, должная степень индивидуализации участников оборота может быть обеспечена фирменным наименованием лишь тогда, когда оно остается неизменным в течение всего времени, пока пользующаяся им коммерческая организация сохраняет свой организационно-правовой статус.

Действие права на фирменное наименование прекращается с ликвидацией юридического лица и с изменением его фирменного наименования.

При регистрации юридического лица полное фирменное наименование, а также сокращенное наименование юридического лица обязательно должно быть выражено на казахском, русском и английском языке, что в свою очередь обеспечивает полную индивидуализацию юридического лица, предотвращает появление новых схожих наименований.

Фирменное наименование предприятия состоит из двух частей - произвольной, являющейся собственно фирменным наименованием, и обязательной части, которая должна однозначно характеризовать организационно-правовую форму предприятия.

Анализ ряда статей Гражданского кодекса Республики Казахстан позволяет утверждать, что разница в организационно-правовой форме является основанием для различения вышеприведенных фирменных наименований, так как основные требования к фирменному наименованию сводятся к аналогичным требованиям для наименования любого юридического лица [7, 48].

Естественно, что любой предприниматель, который создал фирменное наименование с легко запоминающейся оригинальной произвольной частью, не заинтересован в том, чтобы его творческую находку использовал конкурент на совершенно законных основаниях для своего предприятия другой организационно-правовой формы.

Чтобы избежать подобной ситуации, целесообразно защитить логотип, т. е. товарный знак, который полностью повторяет слово или словосочетание, образующее произвольную часть фирменного наименования. Таким образом, одним из условий коммерческого успеха и защиты от недобросовестных конкурентов на рынке является правильный выбор фирменного наименования и сочетания этого фирменного наименования с товарными знаками, проставляемыми на продукции фирмы.

На практике наиболее характерные следующие нарушения прав владельцев фирменных наименований:

- незаконное использование чужого фирменного наименования, с целью сбыта собственных низкокачественных товаров;
- незаконное использование максимально схожего фирменного наименования с другим, более известным фирменным наименованием, с целью введения потребителей в заблуждение относительно качества своей продукции;
- искажение организационно-правовой формы предприятия, с целью введения невнимательного потребителя в заблуждение относительно производителя;
- включение в фирменные наименования собственные имена известных фирм, с целью введения потребителей в заблуждение относительно качества своей продукции;
- оформление фиктивных учредительных документов, счетов, накладных о принадлежности к известной фирме с целью для обмана доверчивых к вывескам потребителей.

Выбор конкретных способов защиты определяется характером и объемом нарушенных прав, существом спора, правовым положением правообладателя и конкретными обстоятельствами дела. Поэтому обозначим лишь те органы и учреждения, которые правомочны решать споры, связанные с защитой прав на фирменное наименование, и пресекать нарушения.

Во-первых, это государственные органы, зарегистрировавшие коммерческую организацию под соответствующим фирменным наименованием, которое оспаривается.

Во-вторых, с жалобой можно обратиться в вышестоящий орган ответчика. Как известно, практически на все государственные органы исполнительной власти возложена обязанность обеспечивать охрану интеллектуальной собственности в закрепленных за ними отраслях хозяйства и по направлениям деятельности.

В-третьих, можно обратиться с заявлением в территориальный, а при необходимости - и в центральный антимонопольный орган, который вправе выдать нарушителю обязательное для исполнения предписание об устранении нарушения, а за неисполнение — оштрафовать нарушителя, в том числе и руководителя коммерческой организации.

В-четвертых, по имущественным и неимущественным спорам, сторонами в которых являются граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также юридические лица, которые связаны с использованием фирменных наименований, можно обращаться непосредственно в специализированный межрайонный экономический суд, уполномоченный рассматривать такие дела.

В-пятых, если нарушение прав явилось следствием преступных действий, то следует обращаться в органы внутренних дел (если речь идет о мошеннических действиях) или в органы прокуратуры (если речь идет о злоупотреблении положением).

Необходимо отметить, что незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания или наименования места происхождения товара или услуг, а также незаконное использование чужого фирменного наименования, если эти действия не содержат признаков уголовного наказуемого деяния, наступает административная ответственность согласно Кодексу об административных правонарушениях Республики Казахстан [8].

Список литературы:

- 1 Гражданское и торговое право капиталистических государств: Учебник. - М., 1993. – 734 с.
- 2 Гражданский кодекс Республики Казахстан от 1 июля 1999 года № 409-І (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.07.2017 г.), - Алматы: Издательство: LEM (Лем), 2017. – 354 с.
- 3 Гражданское право: Учебник. Издание четвертое, перераб. и доп. / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К.Толстого. – М.: Проспект, 1999 – 273 с.
- 4 Право интеллектуальной собственности: Учебное пособие. - М.: Издательство Элит, 2005. – 132 с.
- 5 Гражданский кодекс Республики Казахстан (Общая часть). Комментарий (постатейный). В 2 кн. 3-е изд., испр. и доп. с использованием судебной практики / Отв. ред. М.К. Сулейменов. – Алматы, 2007 – 533 с.
- 6 Русское гражданское право: Учебник. - М., 1998. – 264 с.
- 7 Денисов Г. М. Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика его применения: Учебное пособие. - М.: Юрист, 2002. – 127 с.
- 8 Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.07.2017 г.) // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1400000235>

ҚОРШАҒАН ОРТАНЫ ҚАЛДЫҚТАРМЕН ЛАСТАНУДАН ҚҰҚЫҚТЫҚ ҚОРҒАУ

*Оспанова М.Н., Академик Е.А.Бөкетов атындағы ҚарМУ-нің заң факультетінің магистранты
Ильясова Г.А., з.ғ.к., доцент, азаматтық және еңбек құқығы кафедрасының профессоры*

Қазір әр мемлекеттің негізгі проблемаларының қатарында экология мәселесі ең өзекті тақырыптардың біріне айналып отыр. Әсіресе, Қазақстан Республикасы үшін бұл маңызды проблема. Себебі, халықтың тұрмыстық әл-ауқаты жақсарғанымен, халықтың әлі де болса денсаулығы зардап шегуде. Қоршаған орта тазалығының қолайлы болуы – халықтың денсаулығы мен өмір сүру ұзақтығы үшін маңызды.

Қазақстанда жинақталған қатты тұрмыстық қалдықтардың (бұдан әрі – ҚТҚ) жалпы көлемі 100 млн. тоннаға жуық, бұл ретте, жыл сайын тағы да 5-6 млн. тоннаға жуық қатты тұрмыстық қалдықтар жинақталады. 2025 жылға қарай бұл цифрлар 8 млн. тоннаға дейін өсуі мүмкін, бұл ретте, пайда болатын қалдықтар полигондарға алдын ала сұрыпталмай және залалсыздандырылмай орналастырылады [1, 53]. Оның бірқатар себептері бар. Алдымен экономикалық себептерді қарастырайық. Мысалы, Алматы мен Астана қалаларында тұрмыстық қалдықтарды өңдейтін зауыттар іске қосылғаннан кейін тариф мәселесі пайда болды. Олардың мөлшерлері, өкінішке орай, шығындарды жабу мен инвестицияларды тиісінше жабуға жеткіліксіз болып шықты. Сонымен қатар ҚТҚ секторында көрсетілетін қызметке қаражаттың жиналуы сумен қамтамасыз ету және электр энергетикасы саласындағы 95%-дан 100% арасындағы қаражаттың жиналуынан әлдеқайда төмен екенін атап өткен дұрыс. Негізінен халық коммуналдық төлемдерді төлейді. Сумен қамтамасыз ету бойынша елдегі жағдай барынша тұрақты, ал енді ҚТҚ секторында жылумен жабдықтаудағы секілді, осындай жағдайлар орын алуда, қызметті пайдаланушылардың көпшілігі жайдан – жай бұл қызмет үшін ешбір ақша төлемейді. Бұл мәселе өңірлік деңгейде өткір тұрған мәселенің бірі. Өкінішке орай, тұтынушылар сумен және энергиямен қамтамасыз ету қызметіне ықыласпен төлейді, ал ҚТҚ-ны шығаруға төлеу деңгейі тым төмен. Оның үстіне ҚТҚ-ны шығару мен өндеуге белгіленген тариф салыстырып қарағанда аса көп те емес, коммуналдық қызмет үшін төленетін жалпы соманың аз ғана пайызын құрайды [2, 53].