

FIRMA NOMI TUSHUNCHASI, BELGILARI VA UNING YURIDIK TABIATI TAHLILI

Shokirova-Inomjonova Mashhura G'ayratjon qizi

Toshkent davlat yuridik universiteti magistri

Annotatsiya: *Mazkur maqolada firma nomi tushunchasi, belgilari, uning yuridik tabiati va firma nomi institutini tartibga solish sohasidagi qonunchilikning evolyutsiyasi masalalari yoritilgan. Bundan tashqari muallif tomonidan firma nomining asosiy funksiyalariga alohida to'xtalib o'tilgan.*

Kalit so'zlar: *firma nomi, firma nomi instituti, tijorat tashkiloti, individuallashtirish vositasi, yuridik shaxs, tadbirkorlik subyekti.*

KIRISH

Hozirgi vaqtda O'zbekiston Respublikasida, jahon hamjamiyatining boshqa mamlakatlarida bo'lgani kabi, fundamental siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy o'zgarishlar ro'y bermoqda.

Ushbu mavzuning dolzarbligi shundaki, ushbu obyektidan foydalanish amaliyoti ilgari ko'plab muammolarga duch kelgan, ularni ko'pincha qonun tomonidan yetarli darajada qo'llab-quvvatlanmagan sudyalarning hal qilishlari kerak edi. Bu esa fuqarolik aylanmasi subyektlariga o'z huquqlarini amalga oshirishda qo'shimcha qiyinchiliklar va vijdotsiz tadbirkorlar faoliyati uchun keng maydon yaratdi. Bundan tashqari, firma nomi instituti mahalliy yuridik fanida eng kam ishlab chiqilgan va kam o'rganilgan fuqarolik – huquqiy obyektlardan biri bo'lib, tashkilotning firma nomiga bo'lgan huquqni himoya qilishga bag'ishlangan fundamental tadqiqotlar deyarli uchramaydi. Yuqoridagilarga asoslanib, firma nomiga bo'lgan huquqni himoya qilish masalalarini har tomonlama va maksimal darajada obyektiv o'rganish zarurligi tasdiqlanadi.

Tijorat tashkilotining ta'sis hujjatlarida tijorat tashkilotining nomi, uning joylashgan joyi, faoliyatini boshqarish tartibi, shuningdek tegishli turdagi tijorat tashkilotlari uchun qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa ma'lumotlar belgilanishi kerak.

Firma nomi institutini tartibga solish sohasidagi qonunchilikning evolyutsiyasi masalasini ko'rib chiqsak, shuni ta'kidlash kerakki, firma nomining kelib chiqishi insoniyat rivojlanishining qabilaviy bosqichiga borib taqaladi. O'sha davrlarda, shaxs yoki bir guruh shaxslar o'zlarini ma'lum bir faoliyat turiga, shuningdek, o'zlariga o'xshash narsalarni aniqlashga imkon beradigan boshqa xususiyatlarga ko'ra, masalan, pishloq ishlab chiqaruvchilar, ovchilar, chorvadorlar, jangchilar deb atashlari mumkin edi.

METODOLOGIYA

Mazkur maqola firma nomidan foydalanish jarayonida yuzaga keladigan tahdidlarni aniqlash bo'yicha tegishli adabiyotlarni atroflicha tahlil qilishga

asoslangan. Tanlangan adabiyotlar firma nomi tushunchasi, belgilari, uning yuridik tabiati va shu bilan bir qatorda firma nomi institutini tartibga solish sohasidagi qonunchilikning evolyutsiyasida yuzaga kelgan muammolar va imkoniyatlarni aniqlash uchun tematik yondashuv yordamida tahlil qilindi. Bundan tashqari firma nomidan foydalanishda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf va tahdidlar kelajakdagi xatti-harakatlarni oldindan bashorat qilishga qaratilgan bashoratli tahlil va ehtimoliy kelajakni ilmiy jihatdan prognoz qilishga asoslangan farsayt tahlil metodidan foydalangan holda tahlil qilindi.

NATIJALAR

Birinchi davlatlar tashkil topgan davrda firma nomiga bo'lgan huquq deganda shaxs yoki shaxslar guruhining (shirkat) nafaqat faoliyat turiga, kelib chiqish joyiga yoki boshqa xususiyatlarga, ko'nikmalarga muvofiq o'zini chaqirish huquqi, balki shaxsni, shaxslar guruhini yoki shirkat ishtirokchilarining ism-shariflarini ko'rsatish orqali tushuniladi. Bundan tashqari, ushbu huquq davlat tomonidan kafolatlanadi, bu davr qoidalarida – Hammurapi, Solon qonunlarida, qadimgi Rim huquqshunoslarining asarlarida va boshqalarda aniq ko'rsatilgan. Umuman olganda, aytish mumkinki, xorijiy mamlakatlarda firma nomlari to'g'risidagi qonunchilik, qoida tariqasida, fuqarolik va savdo kodekslariga kiritilgan maxsus normalar shaklida paydo bo'lgan va rivojlangan.

Firma nomining iqtisodiy ahamiyati yaxshi tashkil etilgan tijorat tashkilotining kontragentlar orasida mashhurligi tufayli ega bo'lgan qiymatidadir. Ba'zi tijorat tashkilotlari butun Rossiya bo'ylab ma'lum bo'lishi mumkin, boshqalari - alohida mintaqada, boshqalari - bitta shaharda va hokazo" [1]

"Firma nomi" tushunchasiga ko'plab olimlar tomonidan ta'rif berilgan. Masalan, Sitovich P. P. firma nomini shaxs savdo qiladigan nom sifatida belgilagan. O'z navbatida, G. F. Shershenevich firma nominini savdo korxonasi nomi bilan alohida xususiy xo'jalik sifatida ta'riflaydi. N. M. Kolganovning ta'kidlashicha, "...sovet davri adabiyotida quyidagi ta'riflar uchraydi: "firma nomi – bu korxonaga egasi yakka o'zi yoki yuridik shaxs sifatida savdo aylanmasida harakat qiladigan nom".[2] Shunday qilib, firma nomining asosiy maqsadi fuqarolik aylanmasi ishtirokchilarini, tadbirkorlik faoliyati subyektni unga o'xshash subyektlar orasida, ya'ni tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan yuridik shaxslarni individuallashtirishdir. Bundan yaqqol aniq bo'ladiki, notijorat yuridik shaxslar firma nomiga ega bo'lolmaydilar.

Rossiya Fuqarolik Kodeksining 1474-moddasi kompaniya nomiga bo'lgan mutlaq huquqning mazmunini ochib beradi, unga ko'ra yuridik shaxs o'z firma nomidan qonun hujjatlariga zid bo'lmagan har qanday usulda, shu jumladan belgilarda, blankalarda, schyot-fakturalarda va boshqa hujjatlarda, e'lonlar va reklamalarda, tovarlar yoki ularning qadoqlarida ko'rsatish orqali individuallashtirish vositasi sifatida foydalanishga mutlaq huquqqa ega. Binobarin, firma nomi deganda tijorat tashkiloti fuqarolik muomalasida ishtirok etadigan va uni fuqarolik muomalasining boshqa ishtirokchilari orasida individuallashtiradigan nom tushunilishi kerak. Tijorat

tashkiloti fuqarolik muomalasida o'zining ta'sis hujjatlarida belgilanadigan va davlat ro'yxatidan o'tkazilganda yuridik shaxslarning yagona davlat reestriga kiritilgan yuridik shaxs nomi bilan faoliyat olib boradi.

Shuningdek, tijorat tashkiloti firma nomiga bo'lgan huquqni qanday olishi masalasi ham muhimdir. Qonunning bevosita ko'rsatmalariga ko'ra, kompaniya nomiga mutlaq huquq yuridik shaxs davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab yuzaga keladi.

Ism shaxsga uni individuallashtirish uchun beriladi va agar biz firmani tijoratchining ismi deb hisoblasak, bir nechta tijorat tashkilotlariga ega bo'lgan shaxs ko'plab ismlarning egasi ekanligini tan olishimiz kerak" [3]

TAHLILLAR

Germaniya savdo kodeksida bu borada qiziqarli qoidalar mavjud. Korxonaga egasining yoki jamiyat tarkibiga kiruvchi shirkatning familiyasi o'zgarganda, tijorat korxonasi oldingi egasining yoki uning merosxo'rlarining roziligi bilan sotib olinganda yoxud shirkat tarkibi o'zgarganda jamiyat saqlanib qoladi.

Bundan tashqari, oldingi firma nomi ostida savdo korxonasini boshqarishda davom etayotgan shaxs korxonani yuritish asosida oldingi egasining barcha majburiyatlari bo'yicha javobgar bo'ladi. Agar oldingi egasi yoki uning merosxo'rlari kompaniyani topshirishga rozi bo'lsa, qarzdorlarga nisbatan da'volar ham unga o'tadi.

Tijorat tashkilotining bir kompaniyaning boshqasi bilan chalkashlikka yo'l qo'ymaslik uchun firma nomi o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lishi kerak. Bu kompaniyaning eksklyuzivligi va yangiligi prinsipini belgilaydi, ya'ni tovar aylanmasining boshqa bir qator ishtirokchilaridan ajratib olish va unga allaqachon ishlatilgan nomlardan farq qiladigan o'ziga xos, o'ziga xos nomni berish orqali tijorat tashkilotining korporativ individualizatsiyasi sanaladi. Biroq, ko'p hollarda amalda bu tamoyil to'g'ri amalga oshirilmaydi. Ko'rinib turibdiki, bir tomondan turli xil subyektlar tomonidan bir xil firma nomlaridan foydalanishga yo'l qo'yilmasligi kelib chiqadi va aksincha, boshqa tomondan, hech bo'lmaganda shunga o'xshash, ammo to'liq mos kelmaydigan firmalar ostida muomalada bo'lishga ruxsat beriladi.

Natijada, agar tijorat tashkilotlari o'zlarining firma nomlarida aks ettirilgan turli xil tashkiliy-huquqiy shaklga ega bo'lsa, ular bir xil nom ostida muomalada bo'lishlari mumkin. Bunday pozitsiyani Rossiya Federatsiyasining Oliy arbitraj sudi, 1992 yil 29 maydagi "arbitraj amaliyoti bo'yicha yig'ilishlarning ayrim qarorlari to'g'risida" xatida tegishli tushuntirish berib o'tilgan.

Ko'rinib turibdiki, mahsulot bozorida vijdonan harakat qiladigan uning egasi ham, aylanmaning barcha boshqa ishtirokchilari ham, iste'molchilar ham, davlat ham tashkilot nomining o'zgarmasligidan birdek manfaatdordir. Kompaniyaga bo'lgan huquq hech qanday muddat bilan cheklanmaydi va ushbu tijorat tashkiloti mavjud bo'lgan butun vaqt uchun amal qiladi. Firma nomiga bo'lgan mutlaq huquq yuridik shaxs davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab vujudga keladi va firma nomi

yuridik shaxsning faoliyati tugatilishi yoki yuridik shaxsning yagona davlat reestridan firma nomi chiqarib tashlangan paytdan boshlab tugaydi.

Hech shubhasiz, qat'iy doimiylik printsipi haqiqat tamoyiliga zid bo'lmasligi kerak. Agar, masalan, tijorat tashkilotining huquqiy shakli o'zgargan yoki egasi o'zgargan bo'lsa, kompaniya nomida to'g'ri aks etishi kerak. Biroq, bu holatda ham, tashkilotning o'zgartirilgan nomi u yoki bu shaklda tashkilotning u yaratilgan tashkilot bilan ketma-ket aloqasini ko'rsatishi mumkin.

Firmaning nomini ikkita qismga ajratish o'rinli bo'lib — asosiy qismi kompaniya korpusi deb ataladi va yordamchi qismi qo'shimchalar deb ataladi. Har qanday firma nomining majburiy qismi bo'lgan kompaniya korpusi tijorat tashkilotining tashkiliy-huquqiy shaklini, uning turi va faoliyat predmetini, ayrim hollarda esa uning boshqa xususiyatlarini ko'rsatadi. Firma nomi tuzilmasining ikkinchi qismi kompaniyaga qo'shimchalar bo'lib, uning elementlari majburiy va ixtiyoriy bo'lishi mumkin. Majburiy qo'shimcha - bu tijorat tashkilotining maxsus nomi, uning raqami yoki ba'zi tashkilotlarni boshqalardan ajratish uchun zarur bo'lgan boshqa belgi bo'lishi mumkin.

Boshqa yuridik shaxsning firma nomi bilan bir xil yoki unga o'xshash boshqa birovning ro'yxatdan o'tgan firma nomidan noto'g'ri foydalanish, agar ushbu yuridik shaxslar shunga o'xshash faoliyatni amalga oshirsa, huquqbuzarning mualliflik huquqi egasining iltimosiga binoan uning huquq egasi tomonidan amalga oshiriladigan faoliyat turlariga o'xshash faoliyat turlariga nisbatan foydalanishni to'xtatish va mualliflik huquqi egasiga etkazilgan zararni qoplash majburiyatini keltirib chiqaradi. Zararlar tijorat tashkilotining nomidan adolatsiz foydalanish, uning ishbilarmonlik obro'siga putur yetkazish va mijozlarni yo'qotish natijasida yetkazilgan zarar bo'lishi mumkin.

R. Sh. Rahmatulina quyidagi muhim fikrga e'tibor qaratadi: "... faoliyat turini ko'rsatishning o'zi yuridik shaxsni individuallashtirishi mumkin emas. Amaliyotdan quyidagi misolni keltirishimiz mumkin. Da'vogar "Kompessor zavodi" OAJ edi. Javobgar - "Kompessor zavodi" MCHJ. Ko'rib turganingizdek, nom faqat faoliyat turini bildiruvchi so'zlardan iborat (kompessor zavodi, ya'ni kompressor uskunalari yoki siqilgan gazlar ishlab chiqaradigan korxonalar). Shuning uchun da'vogarda qonun bilan himoyalangan firma nomi yo'q edi. Firma nomi majburiy va ixtiyoriy qismlardan iborat. Birinchisi-tashkiliy-huquqiy shakl. Ikkinchisi - haqiqiy ism. Ikkinchisi faqat faoliyat turini bildiruvchi so'zlardan iborat bo'lishi mumkin emas. Firma nomi faqat faoliyat turini bildiruvchi so'zlarni o'z ichiga olmaydi. Tijorat tashkiloti to'liq firma nomi bilan bir qatorda uning qisqartirilgan versiyasiga ega bo'lishi mumkin. Nafaqat butun obyekt, balki kompaniyaning barcha qismlari va elementlari ham himoyalangan bo'ladi [4]

Demak, firma nomining funksiyalari bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ularning asosiylariga quyidagilar kiradi: individuallik (o'ziga xos), axborot va obro'.

"Firma nomi individual funksiyaga ega bo'lishi, ya'ni bir yuridik shaxsni boshqasidan farqlash qobiliyatiga ega bo'lishi va tavsifiy ko'rinishda bo'lmasligi kerak.

Yuridik shaxsning tashkiliy-huquqiy shaklini ko'rsatib o'tish, yuridik shaxsning haqiqiy nomi kabi firma nomi tarkibidagi majburiy qismdir [5]

"Adabiyotlarda firma nomning ikki qismining nisbiy avtonomiyasini ta'kidlash odatiy holdir – yuridik shaxsning tashkiliy-huquqiy shaklini belgilaydigan asosiy (majburiy) qism va firma nomining maxsus (o'ziga xos) qismi.

XULOSA

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, bugungi raqobatli davrda tashkilotning firma nomini himoya qilishni kompleks umumiy nazariy o'rganish, ushbu muammo bo'yicha yuridik fan xulosalarini ko'rib chiqish, sud amaliyotini tahlil qilish bugungi kunda tadbirkorlik faoliyati subyektlari, shu bilan bir qatorda iste'molchilar uchun ham birday muhimdir. Tovar ishlab chiqaruvchilarning raqobati sharoitida firma nomiga bo'lgan huquqni himoya qilish ularning muvaffaqiyatli tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda muhim ahamiyatga ega.

Ma'lumki, tijorat belgisi mahsulotni emas, balki kompaniyaning o'zini ta'kidlash uchun ishlatiladi, qonunchilik uning elementlari va tuzilishiga majburiy talablar qo'ymaydi. Amaldagi fuqarolik qonunchiligida "tijorat belgisi" tushunchasining aniq ta'rifi yo'qligi boshqa individuallashtirish vositalaridan, shu jumladan tovar belgisidan foydalanishni sezilarli darajada qiyinlashtiradi.

Firma nomini himoya qilish quyidagi shakllarda amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir: yurisdiksiya va noyurisdiksiyaviy. Mualliflik huquqi egasi o'z huquqini amaldagi qonunchilik doirasida, vakolatli davlat organlariga, masalan, sudga yoki mustaqil ravishda murojaat qilish orqali himoya qilish huquqiga ega.

REFERENCES:

1. Венедиктов Ю.С. К вопросу о юридической природе фирменных наименований // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2011. - № 127. – С. 160
2. Колганов Н.М. Фирменное наименование как средство индивидуализации юридических лиц // Юриспруденция – 2011. - №4. – С. 148
3. Венедиктов Ю.С. К вопросу о юридической природе фирменных наименований // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2011. - № 127. – С. 160
4. Рахматулина Р.Ш. Средства индивидуализации и другие обозначения в праве интеллектуальной собственности // Вестник Финансового университета. – 2012.- № 3.
5. Попова С.И., Шульга А.К. Средства индивидуализации юридических лиц: вопросы теории и практики // Научный журнал КубГАУ - ScientificJournalofKubSA. – 2015.- №113. – С. 7.
6. Михайликов В.Л. Возникновение права на фирменное наименование // ППД. – 2011. - № 1. – С. 95.