



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI
VERGİLƏR NAZİRLİYİ

Beynəlxalq münasibətlər idarəsi

**Xidmət, ticarət və istehlak bazarı
obyektlərinin adlarının tənzimlənməsi**

İcmal № 5, 2013

GİRİŞ

Biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan hüquqi şəxslər və fərdi sahibkarlar bazarda və istehlakçılar arasında tanınmaq məqsədilə rəsmi qeydiyyatda alınmış adlarından fərqli olan adlardan (*biznes adı*) istifadə edə bilər. Biznes üçün uğurlu adın seçilməsi biznesin sonrakı mərhələdə genişlənməsi və şaxələnməsi baxımından mühüm əhəmiyyətə malikdir. Uğursuz və ya yanlış adın seçilməsi tərtib edilmiş biznes inkişaf planının effektiv həyata keçirilməsinin qarşısını ala bilər. Bunun üçün də bir sıra iqtisadi mənbələrdə biznesə ad seçilərkən aşağıda göstərilmiş faktorlara diqqət yetirilməsi məsləhət bilinir:

- Yadda qalan, asan anlaşılan və tələffüz edilən, fəaliyyət sahəsinin bütün spektrlərini əhatə edən qısa ad seçmək;
- İnkaredici, təkrar edici və ya həddən çox oxşar, ümumi adlardan, sözlərdən və başqa dillərdə neqativ məna verən sözlərdən çəkinmək.

Müasir dövrdə uğurlu biznes adının seçilməsi kifayət qədər çətin prosesdir. Ən uğurlu adlar adətən artıq daha öncədən seçilmiş və ya tanınmış olur. Əksər ölkələr hüquqi, eləcə də fiziki şəxslərin sahibkarlıq fəaliyyəti üçün qeydiyyat mexanizmini tətbiq edir və həmin mexanizm çərçivəsində biznes adlarının qeydiyyatı tələb edilir. Belə mexanizm adların sistemləşdirilməsi və vahid məlumat bazasının yaradılmasını təmin etməklə yanaşı, sahibkarların fəaliyyətini də asanlaşdırır. Bu həm də dövlət dilinin xarici təsirlərdən müdafiəsinin təşkil edilməsini, eləcə də dövlət dilinin düzgün istifadəsinə nəzarəti, biznes adlarının istifadəsi zamanı xoşagəlməz, təhqiramiz söz və ifadələrin istifadəsinin qarşısının alınmasını təmin etmiş olur. Sözügedən istiqamətdə tədbirlər bir sıra hallarda ümumi qadağanedici prinsiplər, bəzi hallarda isə qadağan edilmiş söz və ifadələrin siyahısının tərtib edilməsi yolu ilə həyata keçirilir.

Biznes adları üçün sözlərin/ifadələrin seçilməsi ilə bağlı məsələ ölkəmizdə də diqqət mərkəzindədir. Fərdi sahibkarların ticarət obyektləri üçün insan adlarına üstünlük

vermələrinə baxmayaraq, bəzi hallarda qeyri-ənənəvi adlardan və sözlərdən, eləcə də Azərbaycan dilinin orfoqrafik lüğət tərkibində təsdiq edilməmiş sözlərdən istifadəyə rast gəlinir. 2011-ci ildə aparılmış sorğular göstərmişdir ki, Bakı şəhərində reklam xarakterli lövhələrin ümumilikdə 63 faizində ingilis, 14 faizində rus, 12 faizində türk, yalnız 6 faizində Azərbaycan dilində olan sözlərdən istifadə olunmaqdadır (<http://www.milli.az/print/news/society/128539.html>)

Məsələnin aktuallığı 2012-ci il ərzində xüsusilə qabarmışdır. Belə ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 23 may 2012-ci il tarixli 2236 nömrəli Sərəncamı ilə Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair Dövlət Proqramı haqqında tədbirlər müəyyən edilmişdir. Sözügedən sərəncamda bildirilmişdir ki, *“[K]üçə və meydanlardakı reklamlarda, afişalarda Azərbaycan dilinin ən adi leksik və qrammatik qaydalarının pozulması təkcə dil mədəniyyətinin deyil, ümumi mədəni səviyyənin də arzu edilməz göstəricisinə çevrilmişdir”*. Məsələnin ciddiliyi nəzərə alınaraq, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasına aidiyyəti qurumlarla birlikdə “Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair Dövlət Proqramı”nın hazırlanması tapşırılmışdır. Azərbaycan dilində termin yaradıcılığı sahəsində işlərin tənzimlənməsi və koordinasiya edilməsi üçün Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti yanında Terminologiya Komissiyası yaradılmış, müxtəlif sahələrdə tərcümə işinin mərkəzləşdirilmiş qaydada və məqsədyönlü formada aparılması üçün isə Tərcümə Mərkəzinin yaradılması ilə bağlı müvafiq tapşırıq verilmişdir. Dövlət Proqramı ilə bağlı müzakirələr hələ də davam etməkdədir.

Azərbaycan dilinin istifadəsini yaygınlaşdırmaq və ana dilinin daha yüksək və tələblərə uyğun səviyyədə istifadəsinin təmin edilməsi məqsədilə, ticarət obyektlərinin adlarının seçilməsi zamanı müəyyən qaydalara əməl edilməsi zəruridir.

Hazırkı İcmal bu istiqamətdə bir sıra ölkələrin təcrübəsini (I) öyrənməklə yanaşı, ölkəmizdəki mövcud vəziyyəti (qanunvericilik baxımından) araşdırır (II) və meydana çıxan biləcək problemlərin aradan qaldırılması üçün beynəlxalq təcrübəyə uyğun təkliflər (III) təqdim edir.

BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏ

Türkiyə: Türkiyə Cumhuriyyətində hüquqi şəxslər icbari qaydada biznes adından (*ticaret ünvanı*) istifadə etməli olduqları halda, fərdi sahibkarlar (*məsələn, esnaf*) biznes adının (*işletme adı*) istifadəsində sərbəstdirlər. Lakin, fərdi sahibkarlar biznes adından (*işletme adı*) istifadə etdikdə, həmin adı qaydada qeydiyyatdan keçirməlidirlər (Türkiyə Ticaret Kanunu, m.55). Qeydiyyat sistemində biznes adlarına münasibətdə məhdudiyətlər müəyyən edilir. Belə ki, seçilmiş adın istifadəsi nəticəsində başqa biznes adları ilə qarışıqlıq yaranmamalı, eləcə də həmin **adlar ictimai qayda/asayişə və mənəvi** (əxlaqi) **dəyərlərə** (*kamu düzeni ve genel ahlaka*) **zidd olmamalıdır** (Türkiyə Ticaret Kanunu, m.55/43/II).

Hindistan: Hindistanda bəzi adların biznes adı və ya peşə adı kimi qeydiyyatdan keçirilməsi və istifadəsi, eləcə də onların emblem kimi təsvirdə istifadəsi qanunla qəti qadağan edilir. İstifadəsi qadağan edilmiş söz və söz birləşmələrinin, eləcə də təsvirlərin siyahısına müxtəlif xüsusi adlar və sözlər daxil edilmişdir (BMT və onun ixtisaslaşmış qurumları, müxtəlif beynəlxalq və regional idman, siyasi, iqtisadi, hərbi təşkilatlar, dövlət və hökumət təşkilatlarının adları və s.). Bundan əlavə, **söyüşlərin**, eləcə də irqi, cinsi, etnik mənşə və cinsi mənsubiyyət ilə bağlı **təhqirlərin ad kimi istifadəsi də qadağan edilir.**

İrlandiya: İrlandiyada hüquqi şəxslərin, eləcə də fərdi sahibkarların fəaliyyətə başlamaq üçün qeydiyyatı icbaridir. Elektron formada və ya kağız sənədlər əsasında ənənəvi qaydada ödənişli həyata keçirilən qeydiyyatda biznes adlarının bildirilməsi də tələb edilir. Bununla belə, elektron qeydiyyat (20 avro) ənənəvi qeydiyyata (40 avro)

münasibətdə daha aşağı rüsumla aparılır. Biznes adları artıq mövcud olan biznes subyektlərinin adları ilə eyni və ya oxşardırsa, tərkibində **vulqar sözlərdən istifadə edilmişsə**, dövlət himayəsinin elementlərini özündə əks etdirirsə və istifadə edilməsi qadağan edilən (aidiyyəti qurumların rəsmi icazəsi olmadan bank, universitet kimi sözlərin) sözlərdən istifadə edilmişsə, **həmin adların qeydiyyatından imtina edilə bilər**. Qeydiyyat İrlandiyanın Şirkətlərin Qeydiyyatı Ofisi (*Companies Registration Office*) tərəfindən həyata keçirilir.

Kanada: Kanadanın **Manitoba** federasiya subyektində hüquqi şəxslər təsis edildikləri addan başqa ad istifadə etdikdə, fərdi sahibkarlar isə fərdin adından başqa ad istifadə etdikdə həmin adı ayrıca qeydiyyatdan keçirməlidir (*The Business Names Registration Act*). Qanunvericilik adların seçilməsi ilə bağlı məhdudlaşdırıcı qayda vasitəsilə qadağan edilmiş adlar və ifadələri müəyyən edir. Belə ki, qanunun 12-ci maddəsinə əsasən, seçilən adlar artıq mövcud olan biznes adları ilə eyni olmamalıdır. Bundan əlavə isə biznes ad kimi seçilən söz və ifadələr **ictimai qayda/asayişə zidd olarsa**, həmin adların **qeydiyyatından imtina edilə bilər**. Qeydiyyat Manitoba hökuməti nəzdində Şirkətlər Ofisi (*Companies Office*) tərəfindən elektron qaydada həyata keçirilir.

ABŞ: ABŞ-da 1953-cü ildən etibarən Federal Hökumətin nəzdində Kiçik Bizneslərin İnzibatçılığı (*Small Business Administration – SBA*) adlı qurum fəaliyyət göstərir. Bu qurumun əsas məqsədi ölkə ərazisində fəaliyyət göstərən kiçik biznes subyektlərinin maraqlarını müdafiə etmək və onların hüquqlarını qorumaq, eləcə də zəruri hallarda kiçik müəssisələrə kreditlər verməklə onlara dəstək göstərməkdir. SBA-nın rəsmi internet səhifəsində (<http://www.sba.gov>) kiçik müəssisə yaratmaq üçün tələb olunan bütün prosedurlar barədə ətraflı məlumatlar yerləşdirilmişdir. Burada, həmçinin, kiçik ticarət müəssisələri üçün adların seçilməsi (*choose your business name*) və qeydiyyatı (*register your business name*) ilə bağlı xüsusi bölmələr mövcuddur.

Əgər hər hansı şəxs biznesinə özünün adından fərqli ad seçirsə, bu zaman həmin ad qeydiyyatdan keçirilməlidir. Bu zaman biznes subyekti üçün “Biznesin aparılması” adı (“*Doing Business As*” name) əldə edilməlidir. “Biznes üçün ad seç” bölməsində biznes üçün adın seçilməsi zamanı nəzərə alınması zəruri olan faktorlar sadalanır. Burada artıq mövcud olan ticarət markalarının adlarına baxmaq üçün ticarət markası axtarış aləti (*trademark search tool*) mövcuddur. İstənilən şəxs müvafiq linkə daxil olmaqla öz biznesi üçün fikirləşdiyi adın artıq mövcud olub-olmadığını axtara bilər.

ABŞ-ın bəzi ştatlarında adların seçilməsi ilə bağlı maraqlı təcrübələr formalaşmışdır. **İllionis** Ştatında hüquqi şəxslərin ad seçimində məhdudlaşdırıcı qaydalar tətbiq edilir. Həmin ştatın məhdud məsuliyyətli şirkətlərin fəaliyyətini tənzimləyən qaydalarına əsasən, **söyüşlərin**, eləcə də irqi, cinsi, etnik mənşə və cinsi mənsubiyyət ilə bağlı **təhqirlərin ad kimi istifadəsi qadağan edilir** (İnzibati Məcəllə, Qeyri etik adlar, maddə 178.190). Oxşar qayda **Ohayo** ştatında da mövcuddur.

Fransa: Fransada biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslərin ad (*nom commercial*) seçimləri Ticarət Məcəlləsi ilə tənzimlənir. Məcəlləyə əsasən biznes adı dedikdə, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan obyektin qeydiyyatdan keçmiş adı (*dénomination sociale*) deyil, onun biznes tanınma məqsədilə istifadə etdiyi və tanıtım lövhələrində (*enseigne*) və istiqamət göstərici lövhələrdə (*préenseignes*) nümayiş etdirdiyi ad nəzərdə tutulur (fransa qanunvericiliyi tanıtım lövhələrini (*enseigne*) və istiqamət göstərici lövhələri (*préenseignes*) reklam hesab etmir (Ətraf Mühit üzrə Məcəllə, maddə L581-3)). Fransada ailəvi və ya fərdi ticarət obyektlərində (xırdavatçı, konkret bir məhsulun satışı üzrə ixtisaslaşmış obyekt) ticari ad (*nom commercial*) qismində adətən həmin obyektin sahibinin adı və ya hər hansı xəyali bir ad istifadə edilir. Qeydiyyat Ticarət və Şirkətlərin Qeydiyyat Orqanı (*registre du commerce et des sociétés*) tərəfindən həyata keçirilir.

Belçika: Belçikada hüquqi şəxslərdə olduğu kimi fərdi sahibkarların fəaliyyətində də biznes adlarından istifadə edilir. Hüquqi şəxslərdən fərqli olaraq, fərdi sahibkarlar

tərəfindən biznes adının rəsmi qeydiyyatdan keçirilməsinə qanuni tələb yoxdur. Lakin, hər hansı biznes adına hüquq məhz həmin ad ilk dəfə açıq və görünən şəkildə istifadə edildiyi tarixdən yaranır. Belə hüququn yaranması üçün seçilən adın elektron qeydiyata alınması məqsəduyğundur (<http://economie.fgov.be>) və hər hansı mübahisə yarandığı halda yalnız belə qeydiyyat məhkəmə tərəfindən əsas sübut kimi istifadə edilə bilər. Qeydiyyat Müəssisələr Bazasında (*Banque-Carrefour des Entreprises*) aparılır.

Birləşmiş Krallıq: Birləşmiş Krallıqda fərdi sahibkarların qeydiyyatı zamanı biznes adlarının seçilməsinə dair bir sıra tələblər mövcuddur. Belə ki, ad seçilərkən vulqar ifadələrdən və “*həssas*” sözlərdən istifadə edilməməlidir. **Birləşmiş Krallığın qeydiyyat orqanı olan Şirkətlər Evində (*Companies House*) “*həssas*” sözlərin dəqiq siyahısı mövcuddur.** Həmçinin, biznes subyektlərinin adlarında hökumətə bağlılıq və milli əhəmiyyətlik ifadə edilməməlidir (“*British*” və ya “*International*” kimi sözlərdən istifadə üçün xüsusi razılıq tələb edilir). Biznes subyektləri üçün seçilən adların unikallığının yoxlanılması üçün Şirkətlər Evinin internet səhifəsində xüsusi axtarış imkanı mövcuddur. Lakin, Birləşmiş Krallıqda fərdi sahibkarlar Şirkətlər Evində qeydiyyatdan keçmirlər. Onlar yalnız Gəlirlər və Gömrük İdarəsində (HMRC) özmuzdlu işçi kimi qeydiyyatdan keçirlər. Buna görə də, onlar biznesləri üçün seçdikləri adların unikallığının yoxlanılması üçün Milli Biznes Qeydiyyatı portalında (<http://www.start.biz/home.htm>) yaradılan onlayn xidmətlərdən istifadə edə bilərlər.

Honk-Konq: Honk-Konq ərazisində biznes fəaliyyətilə bağlı adların qeydiyyatı öhdəliyi mövcuddur. Fərdi sahibkarlara dair xüsusi tələb olmasa da, hüquqi şəxslər elektron qaydada müraciət edir və biznes adını qeydiyyatdan keçirirlər. Bu zaman, əgər ad ictimai qayda və asayişə zidd hesab edilərsə, həmin adın qeydiyyatına icazə verilmir.

Oman Sultanlığı: Oman Sultanlığında biznes adlarının qeydiyyatı hüquqi şəxsləri və fərdi sahibkarları əhatə edir. Biznes adı seçimində burda da məhdudlaşdırıcı qaydadan istifadə edilir. Belə ki, **seçilən biznes adları ərəb dilində olmalı, öncədən qeydiyyatdan keçirilmiş olmamalı və əxlaqi dəyərlərə və adət ənənələrə zidd olmamalıdır.** Qeydiyyat Oman Sultanlığının Ticarət və Sənaye Nazirliyi tərəfindən aparılır.

Mərakeş: Mərakeşdə biznes adı ilə bağlı məsələlər Sənaye mülkiyyətinin və əqli mülkiyyətin müdafiəsinə dair Qanunla tənzimlənir. Həmin qanuna əsasən, “bazar iştirakçılarını və istehlakçıları çaşıra biləcək, eləcə də **ictimai qayda/asayişə və mənəvi (əxlaqi) dəyərlərə zidd olan adların biznes adı kimi istifadəsi qadağandır**” (maddə 178).

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ÜZRƏ VƏZİYYƏT

Mövcud qanunvericiliyə əsasən, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslərin uçota alınması üçün onlar müraciət ərizələrində soyadını, adını, atasının adını, anadan olduğu vaxtı və yeri, şəxsiyyətini təsdiq edən sənəd haqqında məlumatları, yaşadığı yeri, ümumi şəkildə sahibkarlıq fəaliyyətinin növünü göstərməlidirlər. Fiziki şəxslərin qeydiyyatı onların şəxsiyyət vəsiqəsinə əsasən daimi yaşayış yeri olan ərazinin vergi orqanları tərəfindən həyata keçirilir. Göründüyü kimi, fərdi sahibkarlıq ilə məşğul olan şəxs qeydiyyat zamanı həmin sahibkarlıq fəaliyyəti üçün seçdiyi və ya seçəcəyi ad ilə bağlı əlavə məlumat təqdim etmir.

Kommersiya xarakterli fəaliyyətdə tanıtım xarakterli lövhələrdən istifadə ilə bağlı məsələlərdə 3 oktyabr 1997-ci il tarixli “Reklam haqqında Qanun” müvafiq qaydalar müəyyən edir. Qanuna əsasən, “Azərbaycan Respublikasının ərazisində reklamda dövlət dili işlənir və bu, dövlət dilinin normalarına uyğun olaraq tətbiq edilməlidir. Zəruri hallarda reklamda dövlət dili ilə yanaşı, digər dillər də istifadə oluna bilər.

Lakin onların tutduğu sahə Azərbaycan dilindəki qarşılığının tutduğu sahədən böyük olmamalı və Azərbaycan dilindəki yazıdan sonra gəlməlidir.” (Maddə 6). Mətnində, görünüşündə və səslənməsində irqlər, millətlər, peşələr, sosial kateqoriyalar, yaş qrupları, cinslər, dillər, yaxud fiziki şəxslərin dini, fəlsəfi, siyasi və digər formada əqidələrinə, həmçinin ümumi qəbul edilmiş humanizm və əxlaq normalarına zidd olan təhqiramiz sözlər, müqayisələr və obrazlar işlədilən reklamlar qeyri-etik reklam hesab edilir və onlar qadağan edilmişdir.

Qanunda ticarət obyektləri üçün küçə reklamları ilə bağlı müddəalar mövcud olsa da, *ticarət obyektlərinin adlarının olduğu lövhələrin tənzimlənməsi həll edilməmiş qalır.* “Reklam yayımına icazə (razılıq) verilməsi Qaydaları”na əsasən, [H]üquqi şəxslərin, xidmət və istehlak bazarı obyektlərinin reklam daşıyıcılarının mətnləri Azərbaycan dilində yazılmalıdır. Xarici dildə reklam ikinci mətn şəklində verilə bilər (maddə 2.3). Lakin eyni zamanda, [B]irbaşa aid olduğu xidmət, ticarət və ya digər obyektlərin giriş hissəsində, divarında yerləşdirilən və həmin obyektlərin adını, mənsubiyyətini, fəaliyyət növünü və iş rejimini istehlakçıya çatdıran lövhələr, [.....] reklam daşıyıcıları hesab edilmir (maddə 2.2.). Beləliklə, həmin lövhələrin reklam qanunvericiliyi ilə tənzimlənməsi istisna edilir.

TƏKLİFLƏR

Yuxarıda göstərilənlərdən aydın olur ki, ticarət və istehlak bazarı obyektlərinin adlandırılması istiqamətində daha ciddi tələblərin müəyyən edilməsinə ehtiyac vardır. Bu baxımdan, problemlərin aradan qaldırılması sistemli və müfəssəl yanaşma tələb edir. Bunun üçün isə, ilk növbədə milli qanunvericiliyə müvafiq əlavə və dəyişikliklər edilməli, zəruri olduğu təqdirdə spesifik qeydiyyat qaydaları tərtib edilməli və qəbul edilməlidir (1). Qanunvericilikdə edilmiş dəyişiklik və əlavələr qüsursuz işləyə biləcək mexanizmin əsasını qoymalıdır (2). Bütün bu tədbirlərin faktiki icrasını və nəzarətini

isə müvafiq yerli icra hakimiyyəti orqanları vasitəsilə həyata keçirmək lazımdır (3). Qanunvericiliyə dəyişiklik və əlavələrin səmərəli və uğurlu tətbiqi, məmur-sahibkar münasibətlərinin düzgün inkişafı əhalinin – vergi ödəyicilərinin – məlumatlılıq səviyyəsindən və belə bir prosesə hazırlıqlarından asılıdır. Bunu nəzərə alaraq, maarifləndirmə işlərinə xüsusi diqqət ayrılmalı və daha çox vergi ödəyicisinin əhatə edilməsi üçün işlər görülməlidir (4).

1. Qanunvericilik

- Xidmət, ticarət, istehlak bazarı obyektlərinin və digər oxşar təyinatlı obyektlərin (ticarət obyekti) adlarının tənzimlənməsi ilə bağlı Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qaydalarının qəbul edilməsi;
- Ticarət obyektlərinin adlarının Azərbaycan dilində (*burada, müvafiq qaydada hazırlanmış və təsdiq edilmiş Azərbaycan dilinin orfoqrafik lüğət(lər)ində təsdiq edilmiş sözlər nəzərdə tutulur*) yazılması öhdəliyinin müəyyən edilməsi;
- Ticarət obyektlərinin adlarında istifadə edilməsi qadağan edilən ümumi qəbul edilmiş humanizm və əxlaq normalarına zidd olan təhqiramiz söz, söz birləşmələri və ifadələrin Siyahısının hazırlanması və təsdiq edilməsi;
- “Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair Dövlət Proqramı” çərçivəsində ticarət obyektlərinin adlandırılması ilə bağlı məsələlərin tənzimlənməsi;
- Dövlət proqramı çərçivəsində Nazirlər Kabineti yanında Terminologiya Komissiyasının ümumi qəbul edilmiş humanizm və əxlaq normalarına zidd olan təhqiramiz söz, söz birləşmələri və ifadələrin Siyahısını hazırlamaq öhdəliyinin müəyyən edilməsi;
- Reklam haqqında, Dövlət dili haqqında qanunların və bu sahəni tənzimləyən digər normativ hüquqi aktlara müvafiq əlavə və dəyişikliklərin edilməsi.

2. İcra mexanizmi

- Biznes adlarının seçilməsi və istifadəsi ilə bağlı vahid qeydiyyat sisteminin (*BASİQS*) yaradılması;
 - Qeydiyyat həm kağız sənədlər vasitəsilə, həm də elektron qaydada aparıla bilər. Elektron qeydiyyatın həvəsləndirilməsi üçün elektron qeydiyyatın ödənişsiz əsaslarla, kağız sənədlər əsasında qeydiyyatın isə müəyyən məbləğ (*məsələn, 30 azn*) qarşılığında aparılması;
 - Elektron qeydiyyat sistemində qadağan edilmiş söz və ifadələrin siyahısının həmin sistemdə yerləşdirilməsi vasitəsilə ad seçimi zamanı həmin seçimə imkan verməmək mümkündür (*elektron poçt ünvanı açan zaman, adın seçilə bilən olub-olmamasının yoxlanması filtr mexanizminə bənzər*);
 - Fərdi sahibkarların qeydiyyat mexanizminin hüquqi şəxslərin qeydiyyatı mexanizmi ilə əlaqələndirilməsi;
 - Fərdi sahibkarların könüllü olaraq imzalaya biləcəkləri biznes adlara dair etik standartların tərtib edilməsi və qeydiyyat sistemində yerləşdirilməsi.

3. Nəzarət

- Görülən tədbirlərə nəzarətin düzgün təşkil edilməsi və effektiv aparılması olduqca mühümdür. Bu nəzarət mexanizmi çərçivəsində məmur-sahibkar əlaqələrinin minimuma endirilməsi, məmurun subyektiv yanaşma imkanlarının ən aşağı ehtimalda saxlanılması əsas hədəflərdəndir.
- Hal-hazırda reklam lövhələrinin istifadəsinə dair əsas mərkəzi səlahiyyət yerli icra hakimiyyəti orqanlarına mənsubdur. Biznes adlarının işlədilməsinə mobil nəzarətin tələb olunduğunu nəzərə alaraq, yeni qaydaların icrasına və tətbiqinə dair nəzarət səlahiyyətinin yerli icra hakimiyyəti orqanlarına verilməsi məqsədəuyğundur.

4. Maarifləndirmə

- Maarifləndirmə işinə vətəndaş cəmiyyəti üzvlərinin cəlb edilməsi, bu istiqamətdə müxtəlif qeyri-hökumət təşkilatlarının yaxından iştirakının təmin edilməsi;
- Kütləvi informasiya vasitələrində, sosial şəbəkələrdə məsələ ilə bağlı təbliğat işlərinin aparılması;
- “Vergi dostları” şəbəkəsi kimi Vergilər Nazirliyi ilə yaxından əlaqəli olan resursların istifadəsi;
- Vergi xidməti mərkəzlərində, vətəndaşların müraciət etdikləri xidmət bölmələrində, ictimai-iaşə obyektlərində əhaliyə paylanması məqsədilə müxtəlif nəşr vasitələrinin yerləşdirilməsi;
- Monitoring tədbirləri:
 - Pilot layihə kimi hər-hansı ərazi və ya rayonun seçilməsi, oradakı obyektlərin yoxlanması və problemlərin müəyyən edilməsi;
 - Müəyyən edilmiş prinsiplərlə uyğun gəlməyən ən çox istifadə edilən adların, sözlərin və ya söz birləşmələrinin, eləcə də ifadələrin siyahısının hazırlanması.