

Кіріспе

Азаматтық айналымға қатысушыларды, олар шығаратын тауарларды, атқаратын жұмыстарды, көрсететін қызметтерді дараландыру құралдары интеллектуалдық меншік құқығы институттарының бірі ретінде елімізде кәсіпкерлік қызметтің дамуымен қатар дамып келе жатыр.

Қазаргі уақытта кәсіпкерлер үшін коммерциялық қызметті жүзеге асыру кезіндегі маңызды міндеттер қатарында біртекті тауарлар массасынан өз өнімін айрықшаландыру бағытындағы жұмыстарға назар аударуды қажет етеді. Ол мәселе көбінесе басқа адамдар және оны жосықсыз бәсекелестердің әрекеттерінен қорғау, яғни тауарларды дараландыру құралдарына арналған.

Интеллектуалдық меншік – адамның шығармашылық қызметінің нәтижесі.

Интеллектуалдық меншік құқығына авторлық құқықтың объектілері (ғылым, әдебиет және өнер туындылары), өнеркәсіптік меншік объектілері (өнертабыстар, өнеркәсіптік үлгілер, пайдалы модельдер, фирмалық атаулар, сондай-ақ тауардың таңбалары мен тауардың шығарылған жерінің атаулары), сондай-ақ селекциялық жетістіктер жатқызылады.

Қазақстан Республикасының заңнамалары интеллектуалдық меншік құқығының объектілерін түрлі құралдармен қорғайды. Атап айтқанда, патент, авторлық құқық және тауар белгілері сияқты құралдар көмегімен қорғауға мүмкіндік береді. Бұл өз кезегінде жеке және заңды тұлғаларға өзінің өнертабыстары немесе туындыларына меншік етуден бөлек, оларды мойындауға немесе қаржылық түрде сыйақы алуға мүмкіндік тудырады. Интеллектуалдық меншік құқығын қорғау өнертапқыштар мен көпшілік қауымның мүдделерінің тепе-теңдігін қамтамасыз етуге мүмкіндік бере отырып, интеллектуалдық меншік жүйесі шығармашыл адамдардың ой еңбегінің артуы мен инновацияның өркендеуі үшін жағдай жасауға ықпалын тигізеді.

Зияткерлік меншік құқығы кез келген басқа меншік құқығына ұқсас. Олар патенттердің, тауар таңбаларының немесе авторлық құқық туындыларының авторларына немесе иелеріне өз туындысынан немесе оны жасауға инвестициядан пайда алуға мүмкіндік береді. Бұл құқықтар адам құқықтарының жалпыға ортақ декларациясының 27-бабында бекітілген, ол әрбір адамның өзі авторы болып табылатын ғылыми, әдеби немесе көркем

еңбектерінің нәтижесі болып табылатын оның моральдық және материалдық мүдделерін қорғау құқығын мойындайды.

Өзімізге бұрыннан үйреншікті материалдық нысандағы заттар ғана емес, көп жағдайларда соларды жасау әдісі болып табылатын ақпараттық сипаттағы материалдық емес объектілердің мәнін зерттеу көкейкесті мәселе. Шаруашылық етудің нарықтық принциптеріне көшу жағдайында азаматтық айналымда азаматтық құқықтардың интеллектуалдық меншік тәрізді объектісінің рөлі күн өткен сайын өсуде. Интеллектуалдық меншіктің елімізде дұрыс қорғалуы азаматтардың шығармашылығын ынталандырады, олардың қол жеткізген жаңа рухани жетістіктерін шетелдерге шығарып, танытуға жол ашады, сол елдерден инвестициялар тартуға және жалпы алғанда ғылыми-техникалық өркендеудің дамуына ықпалын тигізеді [1, 16].

Қазіргі нарықтық экономиканың дамуы, еліміздегі әлеуметтік-экономикалық жағдайдың түрленуі, шаруашылық қызметпен айналысушылардың дараландыру құралдарын құқықтық реттеу мәселесіне заңгер ғалымдардың назарын аудартуда. Фирмалық атау, тауар таңбасы, тауар шығарылған жердің атауы азаматтық айналымға қатысушыларды, белгілі бір тауарды және қызметті дараландыру құралдары бола отырып, нарықтық экономикада маңызды рөл атқарып, өз алдына коммерциялық құндылыққа ие болып отыр. Қазіргі шаруашылық жағдайында тауар таңбасы мен фирмалық атау кәсіпорынның нарықтағы жағдайы мен беделіне әсерін тигізіп, сондай-ақ сәтті қызмет етуінің тиімді факторыне айналғандықтан барлық елдер өнімдерін ерекшелеу және дараландыру құралдарын дамыту мәселесіне аса көңіл бөлуде. Дараландыру құралдары тауарды ерекшелеудің басты құралдары бола отырып, маркетинкте, жарнамада, тауарлардың нарықта жылжуында маңызды рөл атқарады.

Бүгінгі күні айрықша құқықтарды бұзудың ең көп тараған түріне интеллектуалдық меншік оның ішінде дараландыру құралдарының объектілеріне қатысты жосықсыз бәсекелестік жатады. Мұндай әрекеттер ең алдымен қоғам мен мемлекеттің мүддесі мен дамуына кері әсер етіп, елеулі моральдық және материалдық залал келтіретіні сөзсіз. Сондықтан да қоғамның қазіргі шаруашылық жағдайында интеллектуалдық меншікті, оның ішінде дараландыру құралдарын мемлекет тарапынан құқықтық қорғау мәселесі өзектілігін арттыруда.

Интеллектуалдық меншікті қорғау жүйесіне бойынша мемлекет нормативтік-құқықтық және институционалдық тетікті құрды. Осындай қорғауды қамтамасыз ету уәкілетті мемлекеттік органдардың (Әділет министрлігі, Қаржы министрлігі, Ішкі істер министрлігі, сот органдары) құқық бұзушылықтар үшін азаматтық, әкімшілік және қылмыстық шараларды қолдануы арқылы жүзеге асырылады. Мемлекет басшысы Қ. К. Тоқаев өз жолдауында сот жүйесінде интеллектуалдық меншік саласындағы кадрлық потенциалды нығайтудың маңыздылығын атап өтті [2].

Интеллектуалдық меншік саласындағы қатынастарды регламенттейтін заңнаманы жетілдіруге байланысты мәселелер, мемлекет алдына қойылған міндеттерді ескере отырып өзектілігін арттырды. Интеллектуалдық меншік саласындағы заңнаманы жетілдіру, интеллектуалдық меншік объектілерін тіркеу рәсімін оңайлату, интеллектуалдық меншікті қорғау саласындағы әкімшілік кедергілерді жою мақсатында 2018 жылғы 20 маусымда «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне интеллектуалдық меншік саласындағы заңнаманы жетілдіру мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының Заңы қабылданды. Аталған Заңға сәйкес Қазақстан Республикасының 12 заңнамалық актілеріне өзгерістер мен толықтырулар енгізілді.

Азаматтық айналымға қатысушыларды, олар өндіретін өнімдерді дараландыру құралдарына қатысты заңнаманы қатаң сақтау нақты бір мемлекеттің экономикасының тәртіптілігін сипаттайды. Нарықтағы әрбір өндіруші немесе ұйым өз тауарын жарнамалауға, абыройы мен беделін қалыптастыруға едәуір көлемде қаражат бөледі. Сондықтан уақыт өте келе дараландыру құралдары фирманың қоғамдағы дәрежесі мен тауардың сапалылығын сипаттайтын белгі ретінде үлкен құндылыққа ие болады. Тауар белгілері арасындағы бәсекелестіктің де дамуына ықпалы тиеді.

Азаматтық айналымға қатысушыларды, тауарларды және қызметтерді дараландыру құралдары нарықтық экономиканың ажырағысыз құралы болып табылады. Осыған орай тауар таңбасын тіркеуге берілген өтінімнің санының артуын, экономиканың өсуінің индикаторы ретінде бағалауға және аталған нарықтағы шаруашылық етуші субъектілердің мүдделерінің артуымен байланыстыруға болады. Тауар таңбасына өтінімнің өсу динамикасын қарастыратын болсақ, 2018 жылы – 5488 өтінім,

2019 жылы – 5909 өтінім, 2020 жылы – 5596 (оның ішінде 3784 өтінім – ұлттық өтініш берушілерден, 1812 өтінім – шетелдік өтініш берушілерден түскен) өтінім түскен [3, 22-23].

Қазіргі нарықтық экономиканың түрленуі, елімізде шетел тауарларының кең етек алуы және олардың барынша жарнамалануы, бәсекелестіктің әсіресе жосықсыз бәсекелестіктің артуы, отандық кәсіпкерлерге өнімдерін қорғаудың және сақтаудың барынша тиімді механизмдерін іздеттіруде. Мұндай механизмдерге дараландыру құралдарының біріне жататын тауар таңбасын жатқызуға болады.

Мәселен, тауар таңбасы – дамыған экономиканың ажырағысыз элементі бола отырып, жарнамада, тауарлардың нарықта жылжуында маңызды рөл атқарады. Сондықтан да әрбір кәсіпкер өз тауарын брэндка айналдыруға, тұтынушылар алдында басқа бәсекелестерден артықшылығын дәлелдеуге, тауарын барынша жарнамалауға, өз беделін түсірмеуге мүдделі [4, 11-13].

Әлемнің дамыған елдері интеллектуалдық меншік саласындағы ілгерілікті өздерінің әл-ауқатының және табыстарының негізгі қайнар көздеріне айналдырған. Мәселен, бүгінгі күні экономикалық құндылыққа ие болып отырған дүние жүзіне әйгілі тауар таңбаларын, мысалға келтіретін болсақ «Apple» - 241,2 млрд доллар, «Microsoft» - 162,9 млрд доллар, «Coca-Cola» - 64,4 млрд долларға бағаланса, «Samsung» - 50,4 млрд доллар, «Louis Vuitton» - 47,2 млрд доллар, «McDonald's» - 46,1 млрд долларға бағаланады. АҚШ-да бизнестың мыңдаған бағыттарының ішінде шоу-индустрия бесінші орында бола отырып, жыл сайын 80 миллиард доллар табыс әкелетін болса, ал патент, тауар таңбасы, авторлық құқық тәрізді шығармашылық қызмет нәтижелерін заңсыз пайдаланудан келетін залалдың көлемі дүние жүзі бойынша 200 миллиард долларды құрайды [5].

Біздің елімізде де кәсіпкерлердің арасында жосықсыз бәсекелестік, оның ішінде бөтеннің фирмалық атауына, тауар таңбасына, тауар шығарылатын жердің атауына айрықша құқықты бұзатын жағдайлар жиі кездеседі. Мұндай құқық бұзушылықтар кәсіпкерлерге материалдық шығындар келтіріп, іскерлік беделіне де әсер етіп, кәсіпкерліктің дамуына, мемлекеттің экономикалық дамуына кедергі келтіреді. Мысалы, өзгенің тауар таңбасын заңсыз жолмен пайдаланушы тұлға, өзінің күмәнді тауарына басқа кәсіпкердің тауар таңбасын қолданып, ол тауарды сату арқылы адамның адал еңбегін масақорлайды және беделіне кір келтіреді.

Тауар таңбасын заңсыз пайдаланғанда тауардың сапасы мен қауіпсіздігіне кепілдік берілмейтіндіктен тұтынушылардың сапалы өнім алу құқығы бұзылады. Сондықтан да азаматтық айналымға қатысушыларды, тауарларды, жұмыстарды немесе қызмет көрсетулерді дараландыру құралдарына айрықша құқықтарды қорғау мәселесі әрқашан да өзекті.

Аталған монографияда азаматтық айналымға қатысушыларды, тауарларды және қызметтерді дараландыру құралдарын қорғау жүйесінің қалыптасу және даму тарихы; дарадандыру құралдарының интеллектуалдық меншік объектілері жүйесіндегі орны; фирмалық атау мен тауар таңбаларының, тауар таңбасы мен тауар шығарылатын жердің атауының құқықтық режимдерін бір-бірінен ажырату мәселесі; сот тәжірибесінен мысалдар және дараландыру құралдарына айрықша құқықтарды қорғау қарастырылады.