

А. А. Қалиев, азаматтық-құқықтық пәндер кафедрасының аға оқытушысы, заң ғылымдарының магистрі, полиция майоры

(Қазақстан Республикасы ІІМ Б. Бейсенов атындағы Қарағанды академиясы, Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ.)

Фирмалық атауға айрықша құқық

Аннотация. Мақалада Қазақстан Республикасының азаматтық заңнамасына сәйкес заңды тұлғалардың фирмалық атау құқығына байланысты маңызды мәселелер қарастырылған. Фирмалық атаулар — қазақстандық құқыққа белгілі төрт дараландыру құралдарының бірі. Ол коммерциялық заңды тұлғаларды дараландырады. Басқа да айрықша құқықтар сияқты фирмалық атауға айрықша құқық иеленушіге интеллектуалдық меншік объектісін дербес пайдалануға және оны басқа барлық тұлғалардың пайдалануына тыйым салуға мүмкіндік береді. Алайда осы саладағы құқықтық реттеу тәжірибеде едәуір қиындықтарды туғызуы мүмкін. Сондықтан мақалада біз Қазақстан Республикасының азаматтық құқығындағы интеллектуалдық меншік құқығының объектісі ретіндегі азаматтық айналымға қатысушыларды дараландырудың құралы болып табылатын фирмалық атауға айрықша құқықтың заңдық табиғатын, мәнін, мазмұнын барынша талқыладық, сонымен қатар, фирмалық атауға құқыққа билік етудің тәсілдеріне ерекше көңіл бөлдік.

Түйін сөздер: айрықша құқық, Азаматтық кодекс, заңды тұлға, құқық, фирмалық атау, франчайзинг.

Қазір тауарды сату мен қызмет көрсетудің сыртқы және ішкі нарығының дамыған кезеңінде көптеген кәсіпкерлік құрылымдар бар. Сондықтан әрекет етіп жатқан заңды тұлғалардан ажыратуға мүмкіндік беретін алғаш құрылатын заңды тұлғаның фирмалық атауын таңдау үлкен маңызға ие және кәсіпкерлікті дамытудағы негізгі сұрақтардың бірі, себебі, мемлекеттік базада заңды тұлғаларды тіркеу кейбір проблемалық сұрақтарға алып келуі ықтимал.

Бірден атап өтетін жайт, «атауы» және «фирмалық атауы» түсініктері заңды тұлға ұғымына қатысты синоним болып табылады, сондықтан тәжірибеде бір мағынада қарастырылады. Осылайша, Азаматтық кодекстің 38-бабының 1-тармағына сәйкес, заңды тұлғаның атауы оның қалай аталатынын және ұйымдық-құқықтық нысанын қамтиды, сонымен қатар заңдарда көзделген қосымша мағлұматты қамтуы мүмкін. Осы баптың 2-тармағы: «коммерциялық ұйым болып табылатын заңды тұлғаның атауы заңды тұлға тіркелгеннен кейін оның фирмалық атауы болып табылады», — деп нақтыланады. Мысалы: «Тәуелсіз консалтингтік ұйым «Шырақ» ЖШС».

Фирмалық атауды пайдалануға айрықша құқықтың мазмұнын заңды тұлғаның ресми бланкілерде, баспа басылымдарында, жарнамаларда, анықтамаларда, шоттарда, тауарлар мен олардың қорабында және заңды тұлғаны даралауға қажетті өзге де жағдайларда фирмалық атауды пайдалану құқығы кұрайды (Азаматтық кодекстің 1020-бабының 1-тармағы). Айрықша құқық оның иесіне фирмалық атауды монополия негізінде пайдалануға мүмкіндік береді, яғни үшінші тұлғалар фирмалық атауды құқық иесінің келісімімен ғана пайдалануға құқылы. Сәйкесінше құқық иесі бұл тұлғалардың барлығына құқықты пайдалануға тыйым салуға құқылы. Бұл орайда сұрақ туады: фирмалық атауды пайдалану құқығын айрықша құқық иесінің келісімімен басқа тұлғалардың пайдалануына беруге болады ма?

Бір жағынан бұл аталмыш объектінің мәніне қайшы келетін сияқты, өйткені ол иесімен соншалықты тығыз байланысты, оның құқық қабілеттілігінің бір элементі болып табылады. Бірақ басқа жағынан алып қарасақ, фирмалық атауға айрықша құқықты басқа тұлғаларға беруге тыйым салу оның мазмұнын Азаматтық кодекстің 1020-бабының 1-тармағындағы әрекеттерді ғана жүзеге асыру мүмкіндігімен шектейді. Бұл өз кезегінде фирмалық атауға құқық пен басқа заңды тұлғалардың (коммерциялық емес ұйымдардың) өздерінің ресми атауларына құқық арасындағы айырмашылықты жоқ қылады. Сондықтан Азаматтық кодекс-

те фирмалық атауға құқықты беруді мүмкін ететін 1023-баптың пайда болуын заң шығарушының айрықша құқық мәнін ашу талпынысы деп есептейміз.

Фирмалық атауды пайдалану құқығын басқа тұлғаларға берудің заңмен рұқсат етілген мүмкіндігі әдебиетте барлық автормен бірдей мақұлданбайды. Айтылғанды фирмалық атауды пайдалану құқығын беруді рәсімдейтін франчайзинг шарты негізінде суреттеп берейік. С. Климкин: «Құқық иеленуші — заңды тұлғаның тұтастай фирмалық атауы емес, «бренд» деп аталып кеткен коммерциялық белгісі — лицензиярдың атын құрай алатын немесе оның бір бөлігі болып табылатын танымал сөз немесе сөз тіркесі франчайзинг шартының нысанасы бола алады», — деп жазады [1].

И. У. Жанайдаров лицензиаттың франчайзинг қызметімен байланысты мәмілелерді өз атынан жасайтындығын және лицензиат ретінде әрекет етіп отырғанын көрсетіп отыруы тиіс екендігін айтады, ал лицензиаттың фирмалық атауды пайдалануын тұтынушыны ақпараттандыру мақсатымен ғана (жарнама, маңдайша, лицензиярдың тауар таңбасының қасында пайдалану және т. б.) байланыстырады [2]. А. П. Сергеевтің айтуынша, қарастырылып отырған шарттың нысанасы әдетте фирмалық атауды толық күйінде емес, фирманың корпусына жалғасатын міндетті қосымшаны ғана қамтиды [3]. Т. Е. Қаудыровтың осы мәселеге қатысты пікірі алдыңғы автордың пікіріне сәйкес келеді: «Лицензиат лицензиярдың толық атауымен емес, оның ең маңызды, бірегей бөлігін ғана пайдалана отырып әрекет етеді» [4].

Келтірілген ойлардың барлығының бір біріне ұқсас екенін көруге болады. Аталған авторлар франчайзинг шартына қатысты тұтас фирмалық атау емес, оның бір бөлігі — заңды тұлғаның аты көбірек маңызға ие болатындығын айтады. Дегенмен заң фирмалық атауды 2 (фирма корпусы және міндетті қосымша) бөлмей, оны тұтас күйінде пайдалану құқығын лицензия негізінде беруге рұқсат етті. Біздің ойымызша, мұнда тұрған ештеңе жоқ, себебі 2 атауды (өз атауын және лицензиярдың фирмалық атауын) пайдаланған күннің өзінде лицензиат тұтынушыны франчайзинг шартының орын алып отырғандығы туралы хабардар етуге міндетті. Сонымен бірге, фирмалық атауды пайдалану құқығының франчайзинг шарты бойынша қандай мақсат үшін алынып отырғанын да ұмытпау керек. Бұл ең алдымен, лицензиат шығаратын (сататын) тауарларды (қызметтерді, жұмыстарды) ақшаға айналдыру процесін жетілдіре түсу. Ендеше фирмалық атаудың негізгі мақсаты — заңды тұлғаның азаматтық айналымға өз атынан қатысу, құқықтар мен міндеттерге ие болу, яғни оның құқық қабілеттілігін жүзеге асыру франчайзинг шартында мағынаға ие болмайды. Сондықтан фирмалық атау басқа тұлғаға (лицензиатқа) көшіп кетеді және оған заң шығарушы жағдай жасап отыр деген ой тұмау керек. Керісінше, фирмалық атауды осындай жолмен азаматтық айналымға енгізу франчайзингтің дамуына оң септігін тигізеді, өйткені көп жағдайларда тұтынушылар атақты бола қоймаған тауар таңбаларынан гөрі тауардың өндірушісіне көбірек назар аударады.

Сонымен, айтылғанның негізінде мынандай қорытынды жасауға болады. Фирмалық атауға құқықты басқа тұлғалардың пайдалануына бергенде оның иесі өзінің құқық қабілеттілігімен бөліспейді, ол фирмалық атауды өзге мақсаттарда пайдалану үшін береді (мысалы, құқықты пайдаланушы өзінің саудасын жақсарту үшін, жарнама жасау үшін және т. б.). Құқықты уақытша пайдалануға берудің нәтижесінде оның иесі жойылмайды және жаңа субъект те пайда болмайды. Ең бастысы, құқықтың осылайша берілуі тұтынушылар құқықтарының бұзылуына әкеліп соқтырмауы тиіс. Бұл Азаматтық кодекстің 1023-бабының 2-тармағындағы ережемен қамтамасыз етіледі. Оған сәйкес лицензиялық шартта тұтынушыны жаңылыстыруға жол бермейтін шаралар көзделуге тиіс. Біздің ойымызша жаңылыстыру жағдайлары сан алуан, соған байланысты жол бермейтін шараларда әртүрлі болуы мүмкін. Сондықтан, заң шығарушымен бұл ережені нақтылау қажет деп санаймыз. Бірақ аталған талап франчайзинг шартына қатысты императивтік сипатта жазылған, яғни егер шартта өзгеше көзделмесе, лицензиат сатып алушыларды (тапсырыс берушілерді) олар үшін мейлінше айқын әдіспен фирмалық атауды, тауар белгісін, қызмет белгісін немесе даралаудың өзгедей құралын кешенді кәсіпкерлік лицензиясы шарты негізінде пайдаланатындығы туралы хабардар етуге міндетті.

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается юридическая природа, сущность, содержание исключительного права на фирменное наименование. Особое внимание обращается на способы распоряжения правом на фирменное наименование.

RESUME

This article deals with the nature of Law and the contents of the exclusive right for an organization's name. The author draws his attention on how the organization can use the right to give it a name.

Пайдаланылган әдебиеттер тізімі:

1. Климкин С. Договор франчайзинга в Гражданском кодексе Республики Казахстан // Гражданское законодательство. Статьи. Комментарии. Практика. Вып. 22. — Алматы, 2005.
2. Гражданское право: Учебн. для вузов (акад. курс) / Отв. ред. М. К. Сулейменов, Ю. Г. Басин. — Алматы, 2002. Том II.
3. Сергеев А. П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учеб. 2-е изд. перераб. и доп. — М., 2004.
4. Каудыров Т. Е. Гражданско-правовая охрана объектов промышленной собственности: Монография. — Алматы, 2001.