



Студенттер мен жас ғалымдардың  
**«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»**  
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

### **СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ**

XIII Международная научная конференция  
студентов и молодых ученых  
**«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»**

The XIII International Scientific Conference  
for Students and Young Scientists  
**«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»**



12<sup>th</sup> April 2018, Astana

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың  
«Ғылым және білім - 2018»  
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XIII Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS  
of the XIII International Scientific Conference  
for students and young scholars  
«Science and education - 2018»**

**2018 жыл 12 сәуір**

**Астана**

**УДК 378**

**ББК 74.58**

**Ғ 96**

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

**ISBN 978-9965-31-997-6**

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия  
ұлттық университеті, 2018

судопроизводства, направленных на совершенствование судебной системы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/2556640/>

3. Грибанов Ю.Ю. Рассмотрение дел в порядке упрощенного производства в гражданском и арбитражном процессе: сравнительное исследование правовых систем России и Германии: дисс. на соиск. уч. степ. к.ю.н. Кемерово, 2007. – 235 с.

4. Кодекс Республики Казахстан от 31 октября 2015 года № 377-V «Гражданский процессуальный кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.12.2017 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=34329053#pos=1;-126](http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=34329053#pos=1;-126)

5. Испенбетова Л. Приказное производство в гражданском процессе Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1494>

УДК 347.770

## **ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ УЧАСТНИКОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБОРОТА ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ**

**Сексенбиев Биржан Канатович**

[follow\\_me.2012@mail.ru](mailto:follow_me.2012@mail.ru)

магистрант кафедры гражданского и экологического права  
ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

За период независимости Республики Казахстан накопилась немало практики в сфере применения средств индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ и услуг. Согласно главе 56 Особенной части Гражданского кодекса Республики Казахстан к средствам индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ и услуг относятся: фирменные наименования, товарные знаки, а также наименования мест происхождения товаров [1].

Со средствами индивидуализации участников гражданского оборота мы сталкиваемся чуть ли не «каждый» день. Фирменные наименования служат для индивидуализации участников гражданского оборота, а товарные знаки и наименования мест происхождения товаров – для индивидуализации товаров или услуг. Фирменное наименование является средством индивидуализации только юридических лиц, а для индивидуального предпринимателя - физического лица достаточно собственных имени и фамилии [2].

На сегодняшний день, когда на внутреннем и внешнем рынках сбыта товаров и представления услуг действуют тысячи предпринимательских структур, выбор фирменного наименования для создаваемого впервые юридического лица, позволяющего отличить его от уже действующих юридических лиц, имеет очень важное значение. Необходимо отметить, что термины «наименование» и «фирменное наименование» применительно к обозначению юридического лица являются синонимами и поэтому на практике они обозначаются одинаково. Так, в п.1 статьи 38 ГК РК указано, что наименование юридического лица включает в себя его название и указание на организационно-правовую форму, а также может включать дополнительную информацию, предусмотренную законодательством [2]. В п.2 этой же статьи уточняется, что «наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, после регистрации юридического лица является его фирменным наименованием». Например: Товарищество с ограниченной ответственностью «Меркурий». Практика показывает, что столкновение прав обладателей фирменных наименований и владельцев (правообладателей) товарных знаков обычно возникают в двух случаях:

1) когда право на товарный знак, содержащий обозначение, включающее в себя фирменное наименование (или его часть), приобретает не законный обладатель этого фирменного наименования, а другое лицо;

2) когда учредитель юридического лица вводит в его фирменное наименование обозначение, аналогичное или сходное с товарным знаком, зарегистрированным на имя другого юридического или физического лица [2].

Мы привели в пример спор является рассмотренный специализированным межрайонным экономическим судом Костанайской области гражданское дело по иску ТОО «К» (далее – истец) к Департаменту юстиции Костанайской области (далее – ответчик) и ТОО «К» как третьему лицу, незаявляющему самостоятельных требований на предмет спора, (далее – третье лицо) об отмене регистрации и понуждении к действию. Истец обратился в суд с иском к третьему лицу об отмене государственной регистрации и переименовании товарищества [3, стр. 48-50]. В порядке главы 27 ГПК подано заявление об отмене регистрации третьего лица. Заявление мотивировано тем, что третье лицо использует фирменное наименование истца, вводя потребителей в заблуждение. В исковых требованиях было отказано по мотивам того, что регистрирующий орган проверил по базе данных сведения о юридических лицах, установил, что лиц с аналогичным наименованием не зарегистрировано [3, с.48-50]. Доводы истца о том, что третьим лицом используется их фирменное наименование, суд посчитал несостоятельным. Так, при сравнении обоих наименований наблюдается созвучие в произношении, т.е. совпадение в звучании и сходство звуков речи [3, с.48-50]. Однако, данные слова не тождественны, не одинаковы, в написании имеются существенные различия, которые позволяют отличить его от других юридических лиц, как то: - количество слов в наименовании – наименование истца состоит из одного сложного слова «К», состоящего из нескольких корней; наименование третьего лица состоит из двух слов «К» - написание букв – в наименовании третьего лица все слова и корни в словах написаны с заглавной буквы [3, с.48-50]. Вторым требованием истца является понуждение третьего лица прекратить использовать их фирменное наименование, которое не может быть удовлетворено в силу его (третьего лица) процессуального положения [3, с.48-50]. При таких обстоятельствах, суд посчитал требования истца не обоснованными и не подлежащими удовлетворению [3, с.48-50]. Следует отметить, что по данному делу суду следовало применить все имеющееся законодательства, по содержанию которого регистрация юридических лиц с полностью созвучными фирменными наименованиями не допустима [3, с.48-50]. Были исследованы вопросы законности действий ответчика с позиций требований подзаконных актов и не учтены требования нормативного акта, имеющего большую юридическую силу [3, с.48-50]. В частности, в решении суда не использованы нормы главы 56 ГК, специально посвященные фирменному наименованию. Между тем, норма пункта 3 статьи 1020 ГК гласит: «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». В ситуации, когда на слух фирменные наименования звучат абсолютно одинаково, как раз и возможно отождествление соответствующих юридических лиц. Тем самым, не учел суд и требований статьи 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 года о том, что подлежат запрету «все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента» являются актом недобросовестной конкуренции [3, с.48-50]. К тому же, одно то обстоятельство, что истец образован ранее третьего лица в результате реорганизации, то есть одноименная организация существовала еще раньше, должно было привлечь внимания суда с позиции максимального стремления к вынесению справедливого решения. Это решение наводит на мысли о том, что законодательство о таких средствах индивидуализации участников гражданского оборота, как фирменное наименование еще недостаточно урегулировано гражданским

законодательством Республики Казахстан. Наиболее справедливым решением спора о первенстве того или иного фирменного наименования, да и в целом всей системы средств индивидуализации было бы применение принципа «права принадлежат тому, кто опередил других по времени регистрации» [3, с.48-50].

Товарный знак и знак обслуживания, которыми маркируются производимые товары и оказываемые услуги, являются активным связующим звеном между изготовителем и потребителем выступая в роли безмолвного продавца [4]. Товарный знак носит собой определенное условное обозначение. Товарные знаки могут быть: словесные, изобразительные, объемные, другие обозначения и их комбинации. Главное, чтобы это условное обозначение позволяло потребителю отличать данный товар одного производителя от однородных товаров других лиц. Но, товарными знаками не могут быть:

государственные гербы, флаги и эмблемы. Многие товаропроизводители в своем товарном знаке используют государственный флаг и его элементы (солнце, парящий орел, герб Республики Казахстан. Не подлежат регистрации имена героев и названия национальных эпосов; Так, например, нельзя зарегистрировать за собой название продуктов, которые Вы продаете: «Напиток», «молоко» и т. Д и если данная торговая марка, фирменное наименование уже зарегистрированы другим правообладателем и имеют правовую охрану в Республике Казахстан. Наряду с отличительной функцией, популярный товарный знак вызывает у потребителей определенное представление о качестве продукции [4]. Являясь визитной карточкой предприятия, товарный знак обязывает предприятие дорожить своей репутацией и заботиться о повышении качества выпускаемой продукции [5]. К законодательным актам о товарных знаках относятся: Глава 56 Гражданского кодекса РК , Закон РК «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», Закон РК «О недобросовестной конкуренции» (ст.5 запрещает самовольное использование чужого товарного знака), УК РК (ст.199 «Незаконное использование товарного знака» устанавливает уголовно-правовые санкции за нарушение чужих прав на товарный знак). Регистрация товарного знака имеет ключевое значение для защиты прав на него [6]. Зарегистрировав товарный знак, можно требовать его защиты как в суде, так и в других органах, поскольку после этого физическое или юридическое лицо получает исключительные права на него. Таким образом, владелец товарного знака после регистрации вправе запрещать другим лицам использовать его данным знаком либо обозначением, сходным с ним до степени смешения, оспаривать регистрацию других товарных знаков, сходных до степени смешения, продавать товарный знак, передавать его во временное пользование в рамках лицензионного соглашения и т.д [6]. Наиболее частым нарушением прав на товарный знак является незаконное использование чужого товарного знака без согласия его владельца либо использование такого обозначения, которое сходно с ним до степени смешения. При этом нарушение прав на товарный знак будет иметь место лишь в том случае, если обозначение нарушителя зарегистрировано в отношении того же класса товаров и услуг, что и оригинал [6]. При регистрации товарного знака заявитель указывает классы услуг и товаров, в отношении которых он желает зарегистрировать товарный знак и, соответственно, товарный знак после его регистрации будет действовать в отношении данных классов товаров и услуг [6]. Например в практике был случай, когда к владельцу офисного комплекса, построенного более десяти лет назад (предположим, название офиса - «Родина Int.») был предъявлен иск о прекращении использования данного наименования в названии офисного здания, поскольку истец зарегистрировал за собой данное обозначение - «Родина Int.». Истец имел соответствующее свидетельство о государственной регистрации товарного знака. В свою очередь, владелец офисного здания обозначение «Родина Int.» за собой не регистрировал. При этом товарный знак истца (правообладателя товарного знака «Родина Int.») был зарегистрирован не в отношении услуг аренды помещений (офисов), а в отношении развлекательных услуг. В иске суд отказал в связи с тем, что использование в названии офиса этого слова не нарушает права владельца товарного знака «Родина Int.» в области развлекательных услуг, поскольку потребители, несмотря на одинаковое

наименование, не спутают услуги аренды офисов с развлекательными услугами. Доказать в суде незаконное использование чужого товарного знака бывает не так сложно, но бывают и случаи, когда и это доказать не просто. Например, возникают ситуации, когда фирменный магазин, ранее работавший под лицензией какого-либо известного мирового бренда, после расторжения соглашения с таким брендом, несмотря на требование владельца товарного знака о прекращении продаж под его названием, продолжает продавать товары под данным брендом, самостоятельно его закупая в других странах («серый» импорт). Бывали и случаи, когда импорт подобных товаров не проходил таможенного оформления, фактически являлся контрабандой, и по этой причине товар продавался дешевле, чем в фирменном магазине. В случае выявления нарушений прав на товарный знак у нарушителя, как правило, имеются следующие опции.

Во первых, это обратиться в суд с требованием о понуждении прекратить нарушение прав на товарный знак и уничтожить товар, упаковку товара на которых размещены незаконно используемые товарный знак или обозначение, сходное с ним до степени смешения. Также дополнительно может быть предъявлено требование о взыскании убытков вследствие нарушения прав на товарный знак. Во-вторых, это обращение с жалобой в уполномоченные государственные органы, например, департамент юстиции или департамент государственных доходов по ст. 158 (незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или фирменного наименования) Кодекса РК об административных правонарушениях (КоАП), а также в департамент Агентства по защите конкуренции по ст. 163 КоАП (антиконкурентные действия государственных, местных исполнительных органов, недобросовестная конкуренция). В случае, если сумма ущерба физическому либо юридическому лицу превышает, соответственно, 100 месячных расчетных показателей (212,1 тыс. тенге) или 1 000 МРП (2,121 млн тенге), возможна уголовная ответственность по ст. 222 Уголовного кодекса Республики Казахстан (незаконное использование товарного знака). В случае, если нарушение прав на товарный знак связано с импортом контрафактного товара (например, импорт не оригинального копирующего товара либо товара сходного до степени смешения с оригиналом), после регистрации прав на товарный знак правообладатель вправе внести товарный знак в таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности [6]. Суть внесения товарного знака в таможенный реестр заключается в том, чтобы поставить таможенные органы в известность о регистрации прав на товарный знак. Так, в случае импорта товара, который содержит товарный знак либо знаки, похожие на него, таможенные органы обязаны приостанавливать импорт товара сроком до 10 дней и ставить в известность правообладателя, чтобы правообладатель мог принять решение о том, является ли товар оригинальным и следует ли возбуждать административное или уголовное дело и изымать товар [6]. На сегодняшний день многие поставщики товаров внесли свои товарные знаки в таможенный реестр, чтобы таким образом бороться с незаконным импортом товаров. Как показывает практика, внесение товарного знака в таможенный реестр является достаточно эффективным способом борьбы с нелегальным импортом. Поэтому регистрация прав на товарный знак исключительно важна для защиты прав на него и служит одним из важных условий защиты благополучия бизнеса [6]. Товарный знак служит для защиты выпускаемой продукции на рынке и применяется в борьбе с недобросовестной конкуренцией. Средствами индивидуализации товаров, используемым в коммерческих целях, могут служить и помещаемые на них наименования мест их происхождения [7]. Согласно Закону РК «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 26 июля 1999 года №456-І» Наименование места происхождения товара уникальный объект интеллектуальной собственности, позволяющий в установленном законом порядке закрепить за производителями региона (обеспечивающими определенные качества продукции благодаря природным или людским ресурсам) права на данное наименование [8]. Основным его отличием от товарного знака является именно связь качества товара с регионом, где выпускается товар. Например «Тульский пряник» или минеральная вода «Нарзан. Кроме

того, в отличие от товарных знаков правом на одно и то же НМПТ могут обладать несколько предприятий данного географического региона, выпускающих одну и ту же продукцию, а не строго одно предприятие как в случае с товарными знаками. Наиболее известными в мире НМПТ являются шампанское и бургундское вина, коньяк, портвейн, русский квас, кубинская сигара, бразильский кофе, пармская ветчина, пармезан и др. Основные признаки наименования места происхождения товара:

1) Обозначение товара должно строго содержать указание на то, что товар происходит с определенной территории, региона или местности. Наименование места происхождения товара всегда указывает на определенный географический объект, так как оно неотделимо от конкретного географического объекта. Невозможно перенести производство товара из одного географического объекта в другой.

Документом подтверждающим действительное место нахождения производителя и его производства в данном географическом объекте, подтверждается заключением компетентного органа. Как показывает практика, для подтверждения местонахождения производителя и его производства (скважина, земельный участок, завод и т.д.) служат сведения, выданные местными исполнительными органами, а именно справки акимов, заместителей акимов, областных инспекций геологии и недропользования и тому подобное. Данный документ заполняется в произвольной форме.

2) Связь между обозначением товара и его особыми свойствами. Особые свойства наименования места происхождения товара исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями или человеческими факторами либо природными условиями и человеческими факторами одновременно. Природные факторы могут быть обусловлены особенностями почвы, климата, состава воды, определенной влажности воздуха. В качестве примера можно привести минеральные воды «Сарыағаш», «Ессентуки», «Боржоми», которые добываются из скважин и содержат особенный химический состав воды. Особые свойства, относящиеся к человеческим факторам, включают культурные, профессиональные и производственные традиции, то есть под человеческими факторами следует понимать профессиональные навыки местных мастеров. В качестве примера можно привести наименования, зарегистрированные в других странах, а именно: «Вологодские кружева», «Хохломская роспись», «Палехские шкатулки», «Шведская сталь», «Эстонские рояли». По данным отдела по правам интеллектуальной собственности г. Астаны на сегодняшний день на территории Республики Казахстан зарегистрированы следующие наименования товаров: «Сарыағаш», «Аксайская», «Алма-атинская», «Шалкар», «Тамерлан», «Ессентуки», «Набеглави», «Боржоми», «Саирме», «Карачинская» минеральные воды [8].

В деловой практике Казахстана существует непонимание или игнорирование наименований мест происхождения и действуют заводы по розливу, к примеру, воды вне места ее добычи. Следовательно, и сегодня потребители не гарантированы от подделок. До сих пор продолжает существовать проблема реальности и защищенности прав владельцев наименований мест происхождения товаров [9]. Основой для развития казахстанского законодательства в вопросе защиты прав на данные объекты являются международные конвенции, в частности, Парижская конвенция. Так, ст. 10 данной Конвенции так и называется «Ложные указания: арест при ввозе продуктов, снабженных ложным указанием о происхождении продуктов или личности производителя». Положения этой статьи применяются в случае прямого или косвенного использования ложных указаний о происхождении продуктов или подлинности личности изготовителя, промышленника или торговца [9]. Нарушителем, к которому применяются меры защиты, независимо от того, физическое или юридическое это лицо, признается всякий изготовитель, промышленник или торговец, занимающийся производством, изготовлением или сбытом этого продукта, обосновавшийся либо в местности, ложно указанной в качестве места происхождения продукта, либо в районе, где находится эта местность, либо в ложно указанной стране или в стране, где применяется ложное указание о происхождении. Статья 1037 ГК РК учитывает



нормы Конвенции и устанавливает ответственность за неправомерное пользование наименованием места происхождения товара. Закон РК о товарных знаках продолжает и конкретизирует принципиальные положения о защите прав владельцев наименований мест происхождения товаров [9]. В отношении всех третьих лиц устанавливается, что не допускается использование без регистрации географического указания, тождественного или сходного до степени смешения с зарегистрированным наименованием места происхождения товара, в отношении однородных товаров. Под влиянием Соглашения ТРИПС и необходимостью присоединения Казахстана к ВТО ужесточены требования к использованию отдельных указаний [9]. В частности, не допускается использование наименований мест происхождения товаров, представляющих собой или содержащих географические указания, идентифицирующие минеральные воды, вина или крепкие спиртные напитки, для обозначения таких товаров, не происходящих из данного места, даже если при этом указывается истинное место происхождения товара либо используется перевод или обозначение сопровождается выражениями “вида”, “типа”; “в стиле” или другими подобными [9]. В качестве дополнительной гарантии защищенности прав владельца регистрации вводится возможность использования им предупредительной маркировки, информирующей третьих лиц о наличии прав. В частности, владелец права пользования наименованием места происхождения товара может производить рядом с наименованием места происхождения товара предупредительную маркировку в виде латинской буквы ®, словесных обозначений на казахском и русском языках, сводимых к выражениям: “зарегистрированное наименование места происхождения товара” или “рег. НМПТ” [9].

Достаточно жесткие санкции и меры ответственности за нарушение законодательства о товарных знаках и наименованиях мест происхождения товаров установлены в ст. ст. 43, 44 действующего Закона РК о товарных знаках.

Лицо, неправомерно использующее наименование места происхождения товара либо обозначение, сходное с ними до степени смешения, обязано:

1) прекратить нарушение и возместить владельцу права пользования наименованием места происхождения товара понесенные им убытки;

2) уничтожить изготовленные изображения наименования места происхождения товара, удалить с товара, его упаковки, бланков или другой документации незаконно используемое наименование места происхождения товара, а также обозначение, сходное с ним до степени смешения. При невозможности выполнить это требование соответствующий товар подлежит уничтожению в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан. Как видно из приведенного, разнообразные меры защиты рассматриваемых объектов закреплены в нормативных актах разных уровней и призваны обеспечить реальность закрепленных прав [9]. При этом, как и у обладателей прав на абсолютное большинство объектов интеллектуальной собственности, над владельцами права пользования наименованиями мест происхождения товаров на протяжении всех десяти лет действия свидетельства висит угроза оспаривания третьими лицами произведенных регистраций [9]. В частности, ст. 39 действующего Закона РК о товарных знаках устанавливает основания и порядок оспаривания регистрации наименования места происхождения товара и (или) предоставления права пользования наименованием места происхождения товара. Регистрация наименования места происхождения товара и (или) предоставления права пользования наименованием места происхождения товара может быть оспорена и признана недействительной, если она была осуществлена в нарушение требований, установленных ст. ст. 26, 27 и 29 действующего Закона [9]. Любое заинтересованное лицо может по установленным основаниям подать в Казпатент возражение против регистрации наименования места происхождения товара и (или) предоставления права пользования наименованием места происхождения товара. Возражение должно быть рассмотрено в таком же порядке и в такие же сроки, которые установлены для оспаривания регистрации товарных знаков. Оно рассматривается в течение шести месяцев с даты поступления Апелляционным советом Казпатента. Лицо, подавшее возражение, и владелец

регистрации наименования места происхождения участвуют в рассмотрении спора и защищают выдвинутые ими доводы. Кроме указанных оснований, регистрация как самого объекта — наименования места происхождения товара, так и действие права пользования им могут быть прекращены и по иным, мы бы их назвали объективными, причинам [9].

Так, регистрация наименования места происхождения товара прекращается:

1) в связи с исчезновением характерных для данного географического объекта условий и невозможностью производства товара со свойствами, указанными в Государственном реестре наименований Мест происхождения товаров в отношении данного наименования места происхождения товара;

2) в связи с прекращением действия правовой охраны наименования места происхождения товара в стране происхождения.

Действие права пользования наименованием места происхождения товара прекращается по большему количеству оснований:

1) в связи с истечением десятилетнего срока его действия;

2) в связи с утратой товаром особых свойств, указанных в Государственном реестре наименований мест происхождения товаров в отношении данного наименования места происхождения товара;

3) на основании заявления владельца права пользования наименованием места происхождения товара, поданного в Казпатент;

4) при ликвидации юридического лица или прекращении предпринимательской деятельности физического лица-владельца права пользования наименованием места происхождения товара [9].

Как мы отмечали выше, практика Казпатента по регистрации наименований мест происхождения невелика. По данным Казпатента на август 2017 г. в нашей стране зарегистрированы 61 наименование мест происхождения товаров. Из практики мы привели в пример о недобросовестном использовании ТОО «Carlsberg Kazakhstan» на наименования места происхождения товара. Антимонопольным органом на основании обращения ТОО «Шымкентпиво» по факту недобросовестной конкуренции со стороны ТОО «Carlsberg Kazakhstan» проводилось расследование по результатам которого в действиях ТОО «Carlsberg Kazakhstan» имеются признаки недобросовестной конкуренции в части незаконного использования наименования места происхождения товара. «Эта компания при производстве и реализации пива «Дербес Шымкент Мягкое» незаконно использует наименование места происхождения товара, которое сходно до степени смешения с зарегистрированным в республике наименованием места происхождения товара, — «Пиво Шымкентское Шымкент Сырасы». Данное обозначение зарегистрировано в качестве наименования места происхождения товара, владельцем которого является ТОО «Шымкентпиво». Согласно законодательству о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров исключительное право пользования наименования мест происхождения товара принадлежит только его владельцу, в рассматриваемом случае — ТОО «Шымкентпиво», — говорится в сообщении. Таким образом, специалисты отметили что, обозначение «Дербес Шымкент Мягкое» вводит в заблуждение потребителя в части места производства товара с учетом отсутствия производства пива в городе Шымкенте. По итогам заседания комиссия большинством голосов поддержала решение антимонопольного органа о наличии в действиях компании факта недобросовестной конкуренции в части незаконного использования наименования места происхождения товара [10].

Подводя итог, отмечу что в нашей стране практика применения и проблемы средств индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ и услуг на мой взгляд немалая. Различные компании, организации, фирмы на фоне конкуренции готовы делать чуть ли не «все» чтобы их товар имел спрос. Таким образом, главная ценность средств индивидуализации состоит в содействии с их помощью конкурентной среды путем различия

как отдельных предпринимателей и их продукции, так и торговых и промышленных предприятий указанных лиц.

#### **Список использованных источников:**

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан (особенная часть) – от 27 декабря 1994 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.07.2017 г.) – [http://online.zakon.kz/m/Document/?doc\\_id=1013880](http://online.zakon.kz/m/Document/?doc_id=1013880)
2. А. Лобков - Фирменное наименование юридического лица  
ссылка на статью: <http://www.zakon.kz/74516-firmennoe-naimenovanie-juridicheskogo.html>
3. Алимбеков М.Т., Абдиев Ж.Н., Абдрасулова Г.Э., Горячева Е.В., Каудыров Т.Е., Мамонтов Т.И., Суханова Н.Т., Тагажаева А.Б. - Споры о праве интеллектуальной собственности (практическое пособие) – Астана, 2011, с. 48-50
4. Мухамеджанов Р.К. - Об интеллектуальной собственности - <http://www.bko.adilet.gov.kz/ru/articles-inner/ob-intellektualnoy-sobstvennosti>
5. А.П. Сергеева - Гражданское право РФ Том 3 – Москва, Издательство «Проспект» 2016 г.
6. Т. Берекмоинов, Б. Тукулов - Adidas и Abibas: что важно знать бизнесмену – ссылка на статью:  
[http://forbes.kz/process/expertise/zaschita\\_prav\\_na\\_tovarnyy\\_znak\\_v\\_kazahstane\\_chno\\_vajno\\_o\\_znat\\_biznesmenu/](http://forbes.kz/process/expertise/zaschita_prav_na_tovarnyy_znak_v_kazahstane_chno_vajno_o_znat_biznesmenu/)
7. Ивакин В.Н. - Гражданское право. Особенная часть 3-е издание - Москва, ЮРАЙТ, 2009
8. Отдел по правам интеллектуальной собственности Департамента юстиции г.Астаны – Наименование мест происхождения товаров –  
ссылка: <http://www.astana.adilet.gov.kz/ru/node/103498>
9. Т. Каудыров - Гражданско-правовая охрана объектов промышленной собственности в Республике Казахстан. - Алматы «Жеты Жаргы», 2001
10. «ТОО Carlsberg Kazakhstan незаконно использовало товарный знак ТОО "Шымкентпиво"» – КазПравда, 2016 –  
Ссылка:  
<http://www.kazpravda.kz/news/ekonomika/too-carlsberg-kazakhstan-nezakonno-ispolzovalo-tovarnii-znak-too-shimkentpivo/>

УДК 347(574)(075.8)

### **ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЖЕКЕ ҚҰҚЫҚ ПЕН АЗАМАТТЫҚ ҚҰҚЫҚТЫҢ БАЙЛАНЫСЫ**

**Сыдық Арайлым Жеңісқызы**

**Мусаева Аружан Жанатқызы**

[Sydykovaa2@mail.ru](mailto:Sydykovaa2@mail.ru)

[Aruzhan\\_musaeva@mail.ru](mailto:Aruzhan_musaeva@mail.ru)

«Халықаралық құқық» мамандығының 2 курс студенттері.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – аға оқуышы Жаманбаева. Ж.Е

**Аннотация:** Бұл мақалада халықаралық жеке құқық пен азаматтық құқықтың байланысы мен айырмашылықтары, азаматтық құқық пен халықаралық жеке құқықтың субъектілеріне қатысты мәселелерді, олардың заңнамалық түрде мәселелерін қарастырды, шетелдік элементтер мен олардың субъектілерін қарастырды.