22-дәріс

ҚАЗАҚСТАННЫҢ АШЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫҚ МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫ, 2-БӨЛІМ

Тіркеуден бас тартудың абсолюттік негіздері

Абсолюттік негіздер 2 сипатта болады: біріншіден, «абсолюттік» термині бас тарту негізі тікелей белгіге қатысты екендігін және үшінші тұлғалардың құқықтарын қозғамайтынын көрсетеді. Екіншіден, авторлардың пікірінше, бас тарту үшін «абсолюттік» негіздер – бұл Тауар таңбасы тіркеуден бас тарту үшін абсолюттік негіздердің болуына және мұндай тіркеудің салдарларына қарамастан тіркелген жағдайларда, кез келген үшінші тұлғаның оны жою үшін істі қарауға бастамашылық етуі мүмкін қоғам мүдделеріне белгілі бір әсері бар негіздер.

Тіркеуден бас тарту үшін абсолюттік негіздерді үш санатқа бөлуге болады:

- біріншіден, тауар таңбасы заңнамалық актілерде берілген анықтамаға жата ма;
- екінші санат ажыратылатын қабілеті жоқ, сипаттаушы немесе ортақ болып табылатын белгілерді тіркеуді жоққа шығарады;
- қоғамдық тәртіпке немесе моральға қайшы келетін белгілер.

Қазақстан Республикасында тауар таңбасын тіркеуден бас тарту үшін абсолюттік негіздерді реттейтін нормалар тауар таңбалары туралы Заңның 6-бабында бекітілген. Тек ажыратылатын реңкі жоқ белгілерден ғана тұратын тауар таңбаларын тіркеуге жол берілмейді, атап айтқанда:

- тауарлардың (көрсетілетін қызметтердің) белгілі бір түрін белгілеу үшін жалпыға ортақ қолданысқа енген;
- жалпыға ортақ қабылданған рәміздер мен терминдер болып табылатын;
- тауарлардың түрін, сапасын, санын, қасиетін, мақсатын, құндылығын, сондай-ақ олардың шығарылған немесе өткізілген жері мен уақытын көрсететін;
- дәрілік заттардың патенттелмейтін халықаралық атауларын білдіретін;
- тауарларды немесе көрсетілген қызметтерді белгілеу үшін пайдаланылатын олармен тікелей сипаттық байланысы бар тауар таңбаларын тіркеуге жол берілмейді.

Егер көрсетілген белгілемелер тауар белгісінде үстем жағдайда болмаса, оның қорғалмайтын элементтері ретінде пайдаланылуы мүмкін.

Ажыратылатын қабілеті жоқ белгілер.

Ажыратылатын реңкі жоқ және тіркелуден бас тартылатын белгілерге мына тауар белгілері жатады:

- кез келген ерекшелік белгілерінен айырылған тауар белгілері;
- тауарларды немесе көрсетілетін қызметтерді өндірудің түрін, сапасын, санын, қолданылу саласын, құндылығын, географиялық нұсқауын немесе уақытын, сондай-ақ тауарлардың немесе көрсетілетін қызметтердің басқа да сипаттамаларын көрсету үшін саудада қызмет ете алатын таңбалардан немесе нұсқаулардан ғана тұратын тауар таңбалары;
- қолданыстағы тұжырымдамада немесе қалыптасқан тәжірибеде жалпыға бірдей қабылданған таңбалардан немесе нұсқаулардан тұратын тауар белгілері;

Ажыратылатын қабілеттілігінен айырылған белгілер.

Осы ереженің негізгі функцияларының бірі ажырататын функцияларды орындамайтын тауар таңбаларын тіркеуден шығару болып табылады. Мысалы, Англияның заңнамасы тауар туралы қандай да бір ақпарат бермейтін белгілерді (мысалы, белгілер тауардың бір бөлігі немесе оның сыртқы түрі ретінде ғана қабылданған жағдайларда), сондай-ақ тауардың шығу тегіне қатысты ақпаратты көрсетпейтін белгілерді (мысалы, таңба тауардың нөмірі ретінде ғана қабылданған кезде) тіркеуден алып тастайды. Сонымен қатар, заңнамада инновациялық, көркем, ерекше, лингвистикалық немесе әртістік шығармашылық болу белгісіне қойылатын талаптар жоқ.

Тауар таңбасында ажыратылатын қабілетінің болуы туралы талаптар тұтынушылардың мүдделерін сақтау және негізсіз монополияны шектеу үшін регламенттелген. Мысалы, соттар түрлі-түсті тауар белгілері тұтынушылар тарапынан қалай қабылдануы мүмкін деген позициядан ғана емес, сондай-ақ негізсіз бәсекелестікке және өтініш берушіге негізсіз артықшылықтар беруге жол беретін ұсынылған белгіге монополияны беру мүмкін бе деген көзқарас тұрғысынан да қарастырылуы тиіс деген позицияны ұстанады.

Қарапайым белгілер, әріптер, сандар және грамматикалық белгілер.

Көп жағдайларда жекелеген әріптер, сандар, грамматикалық белгілер және қарапайым геометриялық

нысандар сараптаумен ажыратылатын қабілеті жоқ ретінде қаралатын болады, алайда бұл жағдайда да тауар белгісін пайдалану жағдайларына байланысты ерекшеліктер болуы мүмкін. Кейбір тауарлар немесе қызметтерді тұтынушылар қандай да бір белгіге қалай әрекет етуі мүмкін екенін ескеру қажет.

Қазақстанның тауар белгілері туралы заңы (Заң) 2012 жылға дейінгі редакциясында жоғарыда көрсетілген белгілерді тіркеу бойынша ұқсас шектеулерді қамтыды. Заңның 8-тармағы былайша көрсетілді: «сөздік сипаты жоқ, кәдімгі қаріппен орындалған және тілдің кемінде үш жеке бірлігінен (әріптерден және (немесе) цифрлардан, белгілерден) тұратын жекелеген цифрларды, белгілерді немесе әріптердің үйлесімін білдіретін белгілерді тіркеуге жол берілмейді». Алайда, тауар белгісін тіркеуден бас тартудың шектен тыс негіздерін жоюды көздеген 2012 жылғы 11 қаңтардағы өзгерістерге байланысты, Заңның 8-тармағы да алынып тасталды.

Түсті белгілер

Жеке түстерді қамтитын түсті белгілер, сондай-ақ түстердің комбинациясын да қамтитын түрлі-түсті белгілер де ажыратылатын қабілеті жоқ деп есептелетін болады, өйткені мұндай белгі визуалды түрде тауардың сыртқы түрімен көбірек байланысты болады, ал тұтынушылар көбінесе тауардың шығу тегін тек оның қаптамасы негізінде бағаламайды. Бұдан басқа, түстердің әртүрлілігі шектеулі болғандықтан, тауар белгілерінің кейбіреуі ғана оларда тіркелуі мүмкін, ал тауар белгісіне мұндай айрықша құқықтарды тіркеу жалғыз кәсіпкерге негізсіз бәсекелестік артықшылықтар беруге әкеп соғады.

Қазақстанда осыған ұқсас норма тауар белгілері туралы заңның 2012 жылғы өзгерістерге дейінгі редакциясында мазмұндалған: «тек қана түсін білдіретін белгілерден тұратын тауар таңбаларын тіркеуге жол берілмейді». Осы норма алып тасталған соң түрлі-түсті тауар таңбаларын тіркеу пайда болды. Ресей Федерациясында да түрлі-түсті тауар белгілерін тіркеу тәжірибесі де бар, мысал ретінде RECKITT BENCKISER компаниясына тиесілі VANISH түсті тауар белгісін келтіруге болады және Ресей Федерациясында тіркелген Сбербанкке тиесілі тауар белгісі де бар.

Нысандар

Нысанды тауар белгісі ретінде тіркеген жағдайда, осы нысан тауарлар үшін пайдаланылатын қызмет саласына тән дәстүрлі нысандардан ерекшеленетінін және осылайша елеулі түпнұсқа функциясын орындай алатынын ескеру қажет. Сондай-ақ, мұндай нысанда тұтынушының назарын аудара алатын және оның жадында қалдыра алатын ерекше нәрсе бар-жоғын, егер белгіде мұндай даралық бар болса, тұтынушы тауардың функционалдық мақсаты туралы ғана емес, оның шығу көзі туралы да ойлай алатынын ескеру қажет. Мұндай баға уақыт өте келе, қолдану және қабылдау тәжірибесімен, сондай-ақ тұтынушылардың күтуімен ерекшеленуі мүмкін, бұдан басқа, ол белгі тіркелуге жататын салаға байланысты өзгеруі мүмкін. Мысал ретінде мынадай белгілерді келтіруге болады: WERTHER' S ORIGINALS брендінің конфеттерінің нысаны – осы белгіні тіркеуден қоңыр түсті кәмпиттердің нысандары әдетте кондитерлік өнімдер үшін қолданылатын дәстүрлі пайдаланылатын нысандардан ерекшеленбегені негізінде бас тартылды.

Егер белгі, әдетте осы қызмет саласында пайдаланылатын тауарлардан айтарлықтай өзгеше болған жағдайда да, оған қорғау берілетініне кепілдік жоқ. Мысалы, алты бөлікті құрайтын түстер түріндегі ірімшікті тіркеуге алудан бас тартылды, себебі нысан қарапайым тұтынушы тауардың шығу тегін көрсету ретінде қабылдайтындай болуы тиіс деген негіздеме айтылды. Осындай ұқсас негіздер бойынша 5 суреттегі белгіні тіркеуден де бас тартылды.

Сыртқы түрі және қаптамасы

Көбінесе, тауардың қаптамасы ажырататын қабілеті жоқ ретінде саналады, себебі орташа статистикалық тұтынушылар тауардың қаптамасын немесе сыртқы түрін оның шығу тегімен байланыстырмайды.

Қаптама сәндік және басқа да тартымды қасиеттері бар қорғаныс құралы ретінде қарастырылады. Мысалы, PROCTER & GAMBLE компаниясының Registrar of Trade Marks (тауар белгілерінің тіркеушісіне) қарсы ісінде, сот Тауарлар мен қызметтерді халықаралық жіктеудің 3-сыныбында сот еден жууға арналған заттаңбасы бар үш өлшемді шөлмектің өтінішін тіркеуден бас тартуды растады.

Сот шөлмектің бір де бір құрамдас бөлігі: шөлмектің нысаны, этикеткадағы сурет, сондай-ақ қаптамаға қолданылатын түстер де ажырататын қабілетке ие емес, себебі үш компоненттің бірде-бірі жеке ерекшеленбеді деп анықтады.

Белгінің «сыра» тауарына арналған мойынға салынған лимонның тілімі бар, ұзын мойны бар шөлмектер түріндегі түпнұсқалық сыртқы түріне қарамастан, сот сондай-ақ белгінің ажырататындай қабілеті жоқ, өйткені бұл әдіс тұтынуға сыра ұсынудың әдеттегі тәсілі және тұтынушылар негізінен тауардың сыртқы түріне аз көңіл бөлетінін ескере отырып, ұсынылған комбинация тауардың тегін көрсету ретінде қарастырылмайды деп есептеді.

Керісінше, NESTLÉ WATERS FRANCE компаниясының OHIM-ге, яғни ішкі нарықтағы үйлесімділік жөніндегі бюроға қарсы ісінде бірінші сатыдағы сот алкогольсіз сусындарға арналған бөтелке нысанын тіркеуге рұқсат берді.

Сот, кәсіпкерлердің бірнеше жыл бойы бөтелкелер нысандарын тауар белгілері ретінде қабылдауға тұтынушыларды үйретуге бірнеше рет әрекет жасауына байланысты, «егер нысан олардың назарын ұстап тұру үшін жеткілікті сипаттамаларға ие болса» орта тұтынушы енді “тауарды орау нысанын тауардың коммерциялық шығу тегін көрсету ретінде қабылдауға әбден қабілетті” деп есептеді.

Аттары мен қолдары

Дәстүрлі түрде, Британдық заңнамаға сәйкес тегі ажырататын қабілетке ие емес және сәйкесінше, тіркеуге жатпайды, өйткені белгілі бір тегіне айрықша құқық беру осындай тегіне ие басқа саудагерлерге ыңғайсыздық әкелуі мүмкін. Алайда, 1994 жылғы Тауар таңбалары туралы Заңға сәйкес тектерді немесе жеке есімдерді тіркеу жоққа шығарылмайды, ал тіркеу мүмкіндігі туралы мәселе әдеттегі тауар таңбаларына қолданылатын стандарттармен айқындалады. Сұрақ мынадай болуы мүмкін, яғни кез-келген жағдайда тауардың орташа тұтынушысы атау белгілі бір өндірушіге немесе жеткізушіге тиесілі екенін болжай ала ма? Мұндай бағалауды жасай отырып, сараптама жүргізетін сот, бұл ретте аты қаншалықты таралғанына қатысты алдын ала анықталған ережелер сияқты жалпы критерийлерді пайдалана алмайды (мысалы, егер белгілі бір атау лондондық телефон анықтамалығында 500 реттен артық пайда болса, ол тіркелмеуге тиіс). Атын тауар таңбасы ретінде тіркеген жағдайда құқықтық қорғау көлемі шектеулі болуы мүмкін.

Слогандар/ұрандар

Слогандарды тауарлық белгілер ретінде тіркеу олардың қорғау қабілеттілігін анықтаумен белгілі бір қиындықтар туғызады. Бір жағынан, ұрандар негізінен жарнамалық хабарламалар ретінде қабылданады және демек, тауардың шығу тегін көрсету ретінде қарастырылмайды. Екінші жағынан, қызметтің көптеген салаларында ұрандар тауар белгілері ретінде пайдаланылады.

Ағылшын соттары ұрандар ерекше емес екенін айтады, өйткені олар үшін арнайы талаптар жоқ, ал прецеденттік құқық ұрандардың өз мәні бойынша тіркелуіне байланысты қандай да бір нақты нұсқаманы ұсынуға құлықсыз. Audi компаниясының Ішкі нарықтағы үйлесімділік жөніндегі бюроға OHIM қарсы ісінде, «технология арқылы жеделдету» деген сөзді әртүрлі тауарлар мен қызметтерге қатысты тіркеуге өтінімде, бұл объективті мақтау жолдауы болатын ұран деген негізде бас тартылды. Алайда, сот бұл шешімнің күшін жойып, «тиісті жұртшылық бұл белгіні жеделдету формуласы ретінде қабылдайды деген факті» бұл белгі ажыратушы сипатқа ие емес деген қорытындыны қолдау үшін жеткіліксіз деп атап өтті, осылайша кейбір жағдайда ұран жарнамалық сипатта бола отырып, ажырататын белгіге де ие болуы мүмкін.

Дыбыстар

Ағылшын соты Еуропалық патенттік ведомствоның бірқатар тауарлар мен қызметтер үшін «қоңырау/рингтон әуеніне» өтінімді тіркеуден бас тартуын қолдады, себебі белгі қарапайым қоңыраудан тұрды, онда соттың пікірінше, қысқаша әуен тұтынушылардың жадында қалмайды және тауардың шығу тегін көрсете алмайды. Сот әртүрлі аудитория дыбысты бірдей қабылдай алмайтындығын растады, сондықтан мұндай бегілерді тіркеу күрделірек. Күрделілік деңгейі өнімнің секторына байланысты өзгеріп отырады, мысалы телевизиялық хабарламалар, бағдарламалық қамтамасыз ету немесе медиа қызмет тұтынушылары дыбысқа оның шыққан тегін ажырату үшін сүйенетін болса, екінші жағдайда дыбыстар өзіне тән басқаша сипаттамалары жоқ функционалдық немесе индикаторлық дыбыс ретінде қабылданады.

Позициялық тауар белгілері

Позициялық белгі бұл белгінің өнімге тіркелетін немесе орналасатын белгілі бір тәсілін көрсетеді. Тіркеу талпыныстары жұмсақ аюлар сияқты жұмсақ ойыншықтардың құлақтарына тіркелген, сондай ақ, шұлықтардың басына салынған қызғылт сары ерекше түсті металл бастырманы қамтиды.

Мұндай белгілерге қойылатын талаптар үш мөлшерлі белгілерге/нысаны түріндегі белгілерге қатысты қолданылатын талаптарға ұқсас.

«Кристиан Лубутен» позициялық белгісінің биік тобықты қызыл табанды туфлиді тауар белгісі ретінде тіркеуге өтінім беруі қызықты.

Белгі (Pantone 18.1663TP) қызыл түстен тұрады, аяқ киімнің табанына қолданылады (аяқ киімнің контуры тауар белгісінің бір бөлігі боп есептелмейді, алайда тауар белгісінің орналасуын белгілеу үшін қолданылады) 25 сыныптағы (ортопедиялық аяқ киімнен басқа) биік өкшелі аяқ киімге қолданылады.

Бұл тауар белгісі Ұлыбританияда, сонымен қатар Ресей Федерациясында тіркеуден өтті.