



ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫҚ МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫ, 2-БӨЛІМ

Тіркеуден бас тартуға абсолюттік негіздер. Жалпыға танымал белгілер және жалпы қолданысқа енген белгілер.



Кітап: Интеллектуалдық меншік құқығы, 2-бөлім

Дәріс: Тіркеуден бас тартуға абсолюттік негіздер. Жалпыға танымал белгілер және жалпы қолданысқа енген белгілер.

Дәріс авторы: Күлтай Адилова

Англияның 1994 жылғы тауар белгілері туралы заңы және Еуропалық Одақ заңнамасы, тек қана адал және қалыптасқан сауда тәжірибесінде жалпыға танымал болған белгілер мен нұсқаулардан тұратын тауар белгілері тіркелуге жатпайды деп қарастырады.

Ағылшын соттары мұндай белгілердің бір кәсіпорынның тауарларын немесе қызметтерін басқа кәсіпорынның тауарлары мен қызметтерінен ажырата алмайды деген позицияны ұстанғанына қарамастан, бұл бөлім Сауда практикасына көбірек қатысты екенін атап өткен жөн.

Жалпыға бірдей тұтынуға енген белгілерге, бастапқыда тауар белгілері ретінде тіркелгеніне және ажырататын қабілеті болғанына қарамастан, уақыт өте белгілі бір қайнар көзден шығатын нақты өнім емес, өнімнің тегін немесе түрін белгілей бастаған белгілер жатады. Жақсы танымал мысалдар ретінде LINOLEUM, ASPIRIN, CELLOPHANE сияқты сауда белгілерін атауға болады.

Тектік белгінің ерекшеліктерінің бірі – ол бұдан әрі әртүрлі кәсіпорындардың тауарларын немесе қызметтерін ажырата алмайды. Қазақстан Республикасының Тауар таңбалары туралы Заңы жалпыға бірдей тұтынуға енген белгіге мынадай анықтама береді: «белгілі бір тауар немесе сол түрдегі тауар үшін әртүрлі өндірушілердің оны ұзақ уақыт пайдалануы нәтижесінде тауардың белгілі бір түрін, яғни түрлік ұғымды көрсете отырып, оны жалпыға бірдей пайдалануға енген белгі болып табылады».

Ұзақ уақыт пайдаланғаннан кейін ажырататын қабілетін жоғалтқан тауар таңбаларын қорғау, әсіресе «кеңестік таңбаларға» қатысты жиі мәселелер туындайды, бұл осыған байланысты бірқатар сот процестеріне әкеп соқты. Тәжірибе көрсетіп отырғандай, Қазақстанда жалпыға ортақ пайдалануға енген тауар таңбасын жатқызу мәселесін анықтау кезінде соттар басшылыққа алатын негізгі өлшемдер:

- белгіні тауардың аты (атауы) ретінде өндірістің тиісті салаларының мамандарының, сауда қызметкерлерінің, тұтынушылардың кеңінен пайдалануы;
- белгіні әртүрлі өндірушілер шығаратын бір тауардың немесе сол түрдегі тауарлардың аты (атауы) ретінде қолдану;
- белгінінің ұзақ уақыт бойы қолданылуы.

Жоғарыда аталған барлық белгілер болған кезде ғана тауар таңбасы белгілі бір түрдегі тауарларды белгілеу үшін жалпыға бірдей пайдалануға енген санатқа жатқызылуы мүмкін.

Талапкер, Ресей компаниясы, Апелляциялық кеңеске «Ф» ААҚ атына тіркелген «Диазолин Diazolinum» тауар таңбасын халықаралық тіркеу жөніндегі куәліктің Қазақстан Республикасында қолданылуына қарсылық білдірді. Апелляциялық кеңес қарсылықты қанағаттандырусыз қалдырды.

Талапкер апелляциялық кеңестің шешіміне сотқа шағымданып, Қазақстанда тауар белгісіне құқықтық қорғау беруден оның ажырататын қабілетінің болмауына байланысты бас тартылуы тиіс екенін көрсетіп, шағымданды. Сот шешімімен Апелляциялық кеңестің шешімі заңсыз деп танылды және «Диазолин Diazolinum» тауар белгісін тіркеу мынадай негіздер бойынша тоқтатылды: «Диазолин» атты препарат 1966 жылдан бастап КСРО-да шығарыла бастады және қазіргі уақытта сол атаумен түрлі өндірушілер шығаруды жалғастыруда.

«Диазолин» препараты ұзақ уақыт тауардың нақты түрінің атауы ретінде шығарылады. «Диазолин» белгілеуін әртүрлі өндірушілердің ұзақ және жаппай қолдануы тауар таңбасы бір өндірушілердің тауарларын басқа өндірушілердің тауарларынан ажыратады деп білдіретін тауар таңбасының басты функциясының жоғалуына әкеп соқтырды.

“Alcon Inc”-тің ОНІМ-ге қарсы ісінде сот BSS белгілемесі офтальмологиялық хирургиядағы стерильді ерітінділер үшін тіркелуге жатпайды деп қаулы етті, өйткені Еуропалық Одақта тәжірибедегі офтальмологтар мен офтальмолог-хирургтар BSS белгісін буферлік ерітіндіге («buffered saline solution») арналған аббревиатура ретінде қабылдайды.

Мұндай қысқарту ғылыми сөздіктер мен мақалаларда жиі қолданылды, сонымен қатар көптеген компаниялар тауарларды «BSS» әрпінен тұратын белгілермен сатқан. Сот шешім қабылдау кезінде ешқандай қате болған жоқ деген қаулы шығарды, өйткені жағдайды бағалау үшін медицина саласындағы мамандардың пікірі есепке алынды.

Қолданылатын маркалар: қабылданған ажырататын қабілеті.

Англияның тауар белгілері туралы Заңының 3-бөліміне сәйкес егер тіркеуге өтінім берген күнге дейін оны пайдалану нәтижесінде іс жүзінде ажырататын қабілетіне ие болған тауар белгісін тіркеуден бас тартпауға тиіс. Осыған ұқсас (оған айыру қабілеті тән емес болғандықтан), Тізілімге қате енгізілген белгі. Егер белгі оны тіркегеннен кейін ерекшелік алса, жарамсыз деп танылмауға тиіс. Осылайша, егер белгі



Кітап: Интеллектуалдық меншік құқығы, 2-бөлім

Дәріс: Тіркеуден бас тартуға абсолюттік негіздер. Жалпыға танымал белгілер және жалпы қолданысқа енген белгілер.

Дәріс авторы: Күлтай Адилова

өзінің табиғаты бойынша ерекшелік белгілері болмаса да, оны пайдалану шамасына қарай айырмашылық қабілетіне ие болған жағдайда да тіркеуге болады.

Бұл ретте, егер белгі оны пайдалануға байланысты ажырату қабілетіне ие болған жағдайда, жауап беру қажет болатын жалғыз сұрақ мынау болуы тиіс: ал белгі шын мәнінде де ерекшелік сипатқа ие болды ма? Бұл сұрақ тұтынушылардың тауар таңбасын қалай қабылдауымен ғана байланысты болады және бұл жағдайда ажырататын функциясы елеулі болып табылмайды. Нәтижесінде, тұтынушылардың тауар белгісін мойындауы, ол тауар белгісін тіркеуге болатындығын анықтайтын индикатор болып табылады. Бұл жағдайда басты мақсат, тұтынушылар арасында шатасудың туындауы қаупін азайту, сонымен қатар басқа трейдерлерге ұқсас тауар белгілерін пайдалануға мүмкіндік бермеу болып табылады.

Тауар белгісі ие болған оны басқа белгілерден ажырататын қабілетін сәтті орнықтыруы үшін, өтініш беруші сөздің немесе таңбаның негізгі мәні оның дереккөзін аңғартатындығын дәлелдеуі қажет, яғни тауар белгісі өнімді жай ғана сипаттап немесе жарнамалап қана қоймастан, «екінші мағынаға» ие болуы тиіс.

Сонымен қатар, егер мұндай тауар таңбасының қорғалуға қабілеттілігі бар деп тану шегі тым төмен болса, онда бұл жекелеген трейдерлерге сипаттама белгілерін немесе басқа да дәстүрлі емес белгілерді, мысалы түстерді, негізінен жарнамаға инвестиция салу арқылы монополизациялауға мүмкіндік береді.

Сондықтан да, иеленген ажырататын қабілеттілікке қойылатын талаптарды қарауға көшпестен бұрын, тауар таңбасын коммерциялық пайдалану нәтижесінде ажырататын қабілеттілік өлшемінің шегін анықтап алу қажет. Тауар таңбасының танымалдылығы және оның нақты трейдермен байланысы иеленген ажырататын қабілеттілікті орнату үшін жеткілікті ме немесе неғұрлым нақтырақ бір дәлел қажет бола ма? Тауар таңбасының танымалдылығы тауар белгісінің тұтынушыларға таныс екендігін білдіреді, ал тауар белгісінің нақты трейдермен байланысының бар екендігі оның коммерциялық дереккөзін көрсетумен әрдайым сәйкес келмейді деп болжайды. Мысалы, бір тұтынушы қызыл түсті Коламен, ал екінші тұтынушы басқа тауар белгілерімен байланыстырады, осылайша байланыстар/ассоциациялар тауар белгісінің осындай түрін тіркеу мақсаттары үшін неғұрлым шашыраңқы, ретсіз болуы мүмкін.

Бұл мәселені ағылшын соты, ұзақ мерзім бойы пайдаланылуының нәтижесінде ажырататын қабілеттілігіне ие болған “KIT KAT” шоколадты вафельді батончиктерінің төрт қабатты жиынтығы түріндегі, қандай да бір тауар белгілері болмаған «жай» ғана нысан контекстінде қарастырған болатын. Тауардың соңғы мақсаты (тұтынушылардың соңғы қабылдауы) және оларға қол жеткізуге мүмкіндік беретін әдістер мен тәсілдер бұл зерттеулердің маңызды аспектілері болып табылады. Бұл істі қарау барысында екі аспекті қарастырылған: тауардың танымалдылығы және тұтынушылардың тауарға байланысты ассоциациялары, екінші жағынан тұтынушылардың тауарда болуы мүмкін, әсіресе басқа тауар белгілерінен ерекшелендіретін тауар формасына тәуелділігі қаралған. Пайдаланылған амалдар тұтынушылардың тауар таңбасы жазылмаған батончикке ғана сене алмайтынын болжап отыр, себебі шоколад сыртқы қаптамасында да, сондай-ақ жекелеген шоколад бөліністерінің өрнектелген бетінде де жазылған сөз белгілерімен сатылған. Материалды дайындау барысында, шоколад формасының белгісі әлі де тіркелмеген болатын.

Белгінің ажырататын қабілеттілікке ие болуына қойылатын талаптар

1. Тауардың бастапқы мәнін ауыстыру. Тауардың пайдаланылуына дейінгі және одан кейінгі мәнінің арасындағы өзара қарым-қатынас табиғатын анықтаудың критерийлері оншалықты көп емес. Соңғы жағдайда тауар таңбасының жаңа мәні оны пайдалану басталғаннан кейін оның бастапқы мәнін толық ауыстыруға тиіс деген позицияны ұстанады. Алайда, кез келген жағдайда тауардың бастапқы мәнінен ештеңе қалмауы тиіс деген талап шектен шығушылық болар еді, сондықтан басқа да билік органдары тауар белгісінің негізгі мәні әлі де бар болса да, белгі ажырататын қабілеттілікке ие болуы мүмкін екенін мойындайды.

2. Танудың сандық дәрежесі. Біз білетініміздей, қорғауға алынуға қабілетсіз белгі тіркеуге алынуы үшін тұтынушылар оны тауардың шыққан дереккөзін білдіретін белгі ретінде қабылдауы қажет. Осыған байланысты, тұтынушылардың белгіні тануы, мойындауы қаншалықты жоғары болуы тиіс деген сұрақ туындайды. Ағылшын соты тұтынушылардың алдын ала белгіленген пайызына қатысты белгінің ажырататын қабілеттілікке ие екендігін анықтау мүмкін емес деген көзқарасты ұстанады.

Бұл оны пайдалану нәтижесінде ажырататын қабілеттілікке ие болғанын дәлелдеу қажеттілігі (немесе тауар таңбасы қате тіркелген жағдайда, бұл оның тізілімде қалуға лайық екеніне дәлелдеме бола



Кітап: Интеллектуалдық меншік құқығы, 2-бөлім

Дәріс: Тіркеуден бас тартуға абсолюттік негіздер. Жалпыға танымал белгілер және жалпы қолданысқа енген белгілер.

Дәріс авторы: Күлтай Адилова

алатындығы) өзінің «табиғи» жағдайында белгі қаншалықты сипаттаушылық болып табылатындығына байланысты.

3. Танудың географиялық дәрежесі. Тауар белгісінің ие болған айырмашылығы (ажырату қабілеті) географиялық тұрғыдан қаншалықты кең таралуы тиіс?

Мысалы, сақтандыру қызметтеріне қатысты “Europolis” сауда маркасын Бенилюкстің Тауар таңбалары жөніндегі бюросында (осы бюро Бельгия, Люксембург және Нидерланды үшін Тауар таңбаларына құқықтарды тіркейді) тіркеумен байланысты істе, белгі polis “сөзін” сақтандыру полисіне қатысты термин ретінде түсінген голланд тілінде сөйлейтін адамдар үшін сипаттамалық роль атқарды, алайда бұл сөз француз тілінде сөйлейтін тұтынушылар үшін таныс емес, яғни оларға белгісіз. Бұл жағдайда сот мұндай тауар белгісін тіркеу үшін белгінің голланд тілінде сөйлейтін «елеулі бөлігі» үшін қарсылық беруге негіз болған бүкіл аумақта пайдаланудың арқасында ажырататын қабілеттілікке ие болғанын дәлелдеу қажет екенін анықтады. Осылайша, тауар белгісін Ұлыбританияда тіркеген жағдайда, иеленген ажырататын қабілеттілігін Біріккен Корольдіктің бүкіл аумағында пайдалану нәтижесінде тұтынушылардың «елеулі бөлігі» арасында көрсетілуі тиіс. Еуропалық Одақтың тауар белгісін тіркеу барысында иеленген ажырататын қабілеттіліктің географиялық аспектілеріне қатысты параллель проблемалар туындайды.

Бұл жерде, мәселе Еуропалық Одақтың лингвистикалық әртүрлілігімен және Одақ ұлттық мемлекеттердің жиынтығы ма немесе біртұтас болып табыла ма деген геосаяси жағдайлармен де ерекшеленеді.

Ажырататын қабілеттіліктің болу мәселелері екі жағдайда туындайды – белгінің бүкіл Одақ аумағында ажырататын қабілеттілігі болмаған жағдайда, себебі ол ресми тілдердің біріне сәйкес сипатталатын болады және екінші жағдайда, белгіге Еуропалық Одақтың барлық аумағында да ажырататын қабілеттілігі жетіспейді деп есептелетін жағдайда, себебі бұл (айталық) түсті белгі немесе форма болса.

4. Тұтынушылар. Жалпы талаптарға сәйкес, белгі қорғауға мәлімделген барлық тауарлар мен қызметтер тізімі үшін ажырататын қабілеттілікке ие болуы қажет. Бұл факт іс жүзінде бар тұтынушылар мен болуы ықтимал тұтынушылар арасында да бекітілген болуы тиіс. Ықтимал тұтынушылар арасында ажырататын қабілеттілікті бекіту барысында, егер тауар белгісі белгілі бір нарыққа арналған тауарлар мен қызметтерге қатысты ғана пайдаланылатын болса, бұл қағида күрделілік тудыруы мүмкін, өйткені белгі тұтынушылардың жалпы бөлігіне емес, белгілі бір тұтынушылар тобына (мысалы, элиталық тауарлар) белгілі болуы мүмкін.

Қазіргі уақытта, егер мәлімделген тауарлар (мысалы, сағаттар) белгі іс жүзінде пайдаланылатын тауарлардың кіші санатына қарағанда кең болса (мысалы, сәнді сағаттар), критерийлерді неғұрлым кең санат – қарапайым сағат сатып алушылар белгілейді. Иеленген ажырататын қабілеттілік осы, неғұрлым кең санатқа қатысты орнатылуы тиіс.

5. Дәлелдемелердің түрлері. Тауар белгісін тіркеу туралы өтінішті пайдалану жолымен растау үшін бірқатар дәлелдемелер қолданылуы мүмкін:

Пайдалану дәлелдемелері.

Иеленген ажырататын қабілеттілік нақты әрі сенімді мәліметтермен дәлелденуі тиіс. Сот, мысалы өнімнің қанша уақыт нарықта болғандығын, тауардың көлемін немесе ұсынылатын қызметтің көлемін куәландыратын дәлелдерді назарға алуы мүмкін. Мұндай дәлелдемелер ресми декларация формасында ұсынылуы мүмкін. Әдетте, бұл қаптамада белгіні пайдалану мысалдары, маркетинг және жарнама, сондай-ақ осыған байланысты жұмсалған шығындардың детальдары болуы мүмкін. Мұндай пайдалану тауар белгісіне өтінім берілгенге дейін іс жүзінде жүргізілуге тиіс, ал сонымен бір мезетте ол жататын географиялық аумақ та маңызды фактор болып табылады.

Жарнамаға кеткен шығындар.

Соттарда кәсіпорынның белгіні ілгерілетуге салған сомалары есепке алынуы мүмкін деген талапқа қарамастан, британдық соттар жарнамаға жұмсалған шығындар немесе табысты сатудың дәлелдемелері иеленген ажырататын қабілеттілігінің көрсеткіштері деген дәлелдемелердің құндылықтарына күмәнмен қарайды. Бұл белгіні пайдалануды дәлелдеу оның ажырататын қабілеттілігінің бар болуының абсолютті дәлелі бола алмайтындығымен байланысты. Шығыстар нақты мәлімделген белгіге ғана қатысты болуы



Кітап: Интеллектуалдық меншік құқығы, 2-бөлім

Дәріс: Тіркеуден бас тартуға абсолюттік негіздер. Жалпыға танымал белгілер және жалпы қолданысқа енген белгілер.

Дәріс авторы: Күлтай Адилова

тиіс екенін айта кету керек.

Сауда дәлелдемелері

Соттар сауда-өнеркәсіп палаталарынан немесе басқа да сауда-кәсіби қауымдастықтардан түскен арыздардың маңыздылығына сілтеме жасайтынына қарамастан, Ұлыбритания соттары оларды тек елеусіз мәні бар деп қарайды.

Тұтынушыларды зерттеу

Барлық дәлелдемелер қандай да бір жолмен тұтынушылардың тауар белгісіне деген көзқарасы мен қарым-қатынасына қатысты болғандықтан, тұтынушылардан тікелей алынған дәлелдемелер және тұтынушылардан алынған сауалнамалар нәтижелері неғұрлым маңызды болып табылады.

Тауар таңбасын тіркеуден бас тарту үшін өзге де абсолюттік негіздер

Бас тарту үшін абсолюттік негіздердің үшінші және неғұрлым эклектикалық санаты 1994 жылғы Заңның 3-бөлімінде баяндалған. Заңның ережелері, егер тауар таңбалары қоғамдық тәртіпке немесе моральға қайшы келсе, егер олар қоғамды шатастыратындай болса, егер оларға заңмен тыйым салынса немесе өтінім адал жолмен емес, жосықсыз берілсе, тіркелмеуге тиіс екендігін қарастырады. Ерекше қорғалатын эмблемалар үшін де арнайы ережелер бар.

Қоғамдық тәртіп және мораль

3 (3) (а) бөлімі егер тауар таңбасы қоғамдық тәртіпке немесе жалпыға бірдей қабылданған мораль қағидағтарына қайшы келсе, тіркелмеуге тиіс екендігін қарастырады.

Мораль

Моральдің қарама-қайшылығы туралы ереже қарама-қайшы прецеденттік құқықты тудырды. Осы Ережені Еуропалық патенттік ведомстваның адам құқықтары туралы Еуропалық конвенцияның ережелеріне сәйкес түсіндіруі бұдан да көп шатасуға әкеп соқты. Кітап авторларының пікірінше, тауар таңбасын тіркеуден бас тарту үшін «сөз бостандығы» ережелерін қолданудың салдары өте төмен және бұл пайымдаулардың іске қатысы жоқ. Осыған ұқсас тауар белгісін тіркеуден бас тартудың мысалы ретінде Қазақстанның патенттік ведомствосының «қоғамдық мүдделерге, гуманизм және мораль принциптеріне қарама-қайшылығы» негізінде «Жигули» сөзін тіркеуден бас тартуын келтіруге болады, бұл жерде патенттік ведомство бірқатар еуропалық мемлекеттерде ол «сутенер» мағынасын білдіретін «Gigolo» сөзіне ұқсас екендігін негізге алады. Француз өндірушісінің атына «Абай Құнанбаев» тауар белгісін алкогольдік өнімнің этикеткасы ретінде тіркеуден бас тартылды, өйткені ұлы ағартушы діни наным сенімі өте жоғары адам болған және ішімдіктен бас тартуды да уағыздаған.

Қоғамдық тәртіп

«Қоғамдық тәртіпке» қайшы келетін ерекшелік сирек қолданылады. Англияның ведомствосының пікірінше, «тауар белгілерінің тізілімінде сөз немесе бейнелер болсын, анық әдепсіз, нәсілдік және мәдени тіл тигізуге жол берілмеуі тиіс». Мысалы, олар «деспотизм символы, оның саяси және мәдени тарихын ескере отырып, Венгрияда адамдарды қорлайтын болар еді» деген негізде орақ, балға және қызыл жұлдыздан тұратын белгіні тіркеуден бас тартылды. Заңсыз қызмет түрлеріне ықпал ететін, мысалы есірткіні пайдалануды немесе терроризмді әсірелеуге бағытталған белгілерді тіркеуді болдырмау үшін де бас тартудың осы негіздемелері қолданылады.