



3-дәріс



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
АШЫҚ
УНИВЕРСИТЕТІ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫҚ МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫ, 3-БӨЛІМ

Тауар белгісін бұрмалау





Кітап: Интеллектуалдық меншік құқығы, 3-бөлім

Дәріс: Тауар белгісін бұрмалау

Дәріс авторы: Айгерім Құсайынқызы

Осы дәрісті қарастыратын әрекет етудің екінші элементі бұрмалаушылықтың болуын талап етеді. Тарихи тұрғыдан, бұрмалаушылықтың қажеттілігі, бұл заңның өтуін ажырататын факторлардың бірі әділетсіз шағым, өтпелі іс-әрекет алдау үшін жалпыға бірдей заңнан туындайтындығымен түсіндіріледі.

Жауапкердің жауаптары тауарлар немесе қызметтер талапкерден туындайтынын немесе (немесе экономикалық тұрғыдан басқа жолмен байланысты екенін) көрсететін (тікелей немесе жанама түрде) бірдеңе айтқан немесе жасаған кезде, әдетте, бұрмалану орын алады. Бастапқыда, өту үшін жауапкершілік тек жауапкердің әрекеттері олардың тауарлары немесе қызметтері талапкерден шыққан деген пікірге негіз болған жағдайлармен шектелді. Яғни, тауарлардың қайда екендігі туралы шатасулар болды. Уақыт өте келе бұл әрекет тауарлар мен қызметтердің сапасына қатысты мәлімдемелер мен талапкер мен жауапкер арасында тиісті байланыс бар екендігін көрсететін ұсыныстарды қамтуға дейін кеңейе түсті.

Бұрмалау туралы ілмектерді алып тастағанда, бұл талапты бір-біріне жақын ұғымдардан бөлуге бастауға көмектеседі. Соттар тұтынушылар санасында жай ғана шатасулар жеткіліксіз деп санайды ('А және В трейдерлерінің арасында байланыс бар ма екен деп ойлаймын). Кейбіреулер алдау стандартында нақты көрініс табатын қосымша бір нәрсе қажет. Алайда, алдау азап шегуге байланысты болатын жалғандық субъективті алаяқтық ниетті қажет ететіндігін дәл көрсетпейді. Кейінірек көретініміздей, жолдан өту объективті түрде бағаланады. Бұрмалануды жай ғана шатастырудан бөлетін қосымша элемент, материалдық талап ретінде жақсы сипатталған: жауапкердің қолдануы себептік потенциалға ие болуы керек және тұтынушыларды талапкердің орнына өз өнімін дұрыс сатып алмауға итермелейді. Қорытындылай келе, бұрмалаушылық маңызды немесе «шын мәнінде» маңызды болуы керек.

Соттар жауап берушінің қажетті бұрмалаушылық жасағанын немесе шешілмегенін шешуде өте икемді болды. Бұрмаланудың икемді сипаты бұрмалаушылықтың сөз бен іс-әрекетті қолдану арқылы пайда болатындығында көрінеді. Біз олардың әрқайсысына кезекпен қараймыз.

Жауапкердің іс-әрекеті ықтимал анықтауға әкелуі мүмкін тағы бір жағдай интернетте қолданылатын домендік атауларды қабылдаумен байланысты. Мұны Британ Телекоммуникацияларынан Миллионда көруге болады, бұл «кибершабуыл» тәжірибесімен айналысатын алғашқы британдық істердің бірі болған. Бұл жағдайда айыпталушы «virgin.com» және «tandy.com» сияқты беделді атауларға домендік атауларды тіркеуді қамтамасыз еткен Интернет-домендік атаулар бойынша дилер болды. Домендік атаулар атаулардағы іскерлік беделге ие ұйымның келісімінсіз тіркелді. Жауапкердің мақсаты не беделдің иелеріне тіркелген атауларын сату (тіркеудің бұғаттау әсерін пайдаланып, жақсы бағаға келісу үшін), немесе оларды басқа адамдарға (жинаушылар сияқты) сату.

Алдыңғы бөлімде біз бұрмалаушылықты тудыратын әртүрлі мінез-құлық түрлерін қарастырдық. Бұл бөлімде біз сол жүріс-тұрыстың салдарын қарастырамыз. Бұл ретте, өз өнімдерін немесе қызметтерін сатуды ынталандыру үшін трейдер бірнеше нәрсеге нұсқайтын әрекеттерді жасай алады немесе мәлімдеме жасай алады. Мысалы, А трейдері көпшілік А трейдерлерінің өнімдері В трейдерлеріне қарағанда арзан немесе олардың қоршаған орта үшін жақсы екеніне сенетіндей әрекет етуі мүмкін. А трейдері сонымен қатар олардың тауарлары В трейдерлеріне қатысты қолдануға ыңғайлы деп болжауы мүмкін, сонымен қатар А трейдерлері олардың тауарлары В трейдерлеріне ұқсас немесе жақсырақ дегенді алға тарта алады.

Жауап берудің дәстүрлі нысаны, егер сотталушының әрекеттері жауапкердің тауарлары немесе қызметтері талап қоюшыға тиесілі деген ұсыныс тудырса, пайда болады. Яғни, жауапкер қандай да бір жолмен талапкер тауардың «қайнар көзі» болып табылады деп болжайды. Мұндай бұрмалаушылыққа қарсылық бар, өйткені ол көпшілікті шатастырып, талапкердің беделінің артында жүруге тырысады.

Дереккөз туралы бұрмалау пайда болады, мысалы, егер жауапкер олардың өндіруші, сатушы немесе сатушы екендігі туралы айтса. Сондай-ақ, жауапкер қоғам талапкердің бизнесімен байланыстыратын сөзді немесе атауды қолданған кезде пайда болады. Осы екі жағдайда да, жауапкердің әрекеті олардың тауарлары талапкерден шығады деген пікірді тудырады.

Мұндай жағдайда, трейдер шетелден сатылатын тауарларды Біріккен Корольдікке әкелуге жол бермеуі мүмкін. Колгейт-Палмолитиве Марквелл Финанс, барлық талапкерлер әртүрлі елдерде тіс пастасын сататын халықаралық компаниялар тобының мүшелері болды. Әр түрлі елдерде сатылатын тіс пастасы түтігінің сыртқы көрінісі өте ұқсас болған (таңбалау мен алу бірдей болған), құрамның сапасы әр елде әр түрлі болды. Мысалы, Бразилияда сатылатын colgate тіс пастасы Ұлыбританияда сатылатын өнімдерге қарағанда төменірек болды.

Бұл бразилиялық тіс пастасы Ұлыбританияда қолданылған сапалы ингредиенттердің орнына жергілікті бор сияқты арзан шикізатты пайдаланды. Colgate UK толықтай иелік ететін Colgate UK компаниясы Марквеллге бразилияда сатылған төменгі сапалы колгейт тіс пастасын Біріккен Корольдікке әкелуге жол



Кітап: Интеллектуалдық меншік құқығы, 3-бөлім

Дәріс: Тауар белгісін бұрмалау

Дәріс авторы: Айгерім Құсайынқызы

бермеу үшін әрекет жасады. Марквелл Colgate UK-нің Ұлыбританиядағы колгейт сауда маркалары мен алуан түрлі сапалық тіс пастасы үшін бүкіл әлемге ұсынылған кездегі жоғары сапалы тіс пастасы деген атаққа сенім артуға құқығы жоқ деп сендірді. Марквелл сонымен қатар АҚШ-тың Colgate-де әртүрлі сапалы тіс пастасы бүкіл әлемде таралатынын алдын-ала білуі керек деп сендірді. Іс жүзінде Марквелл бұл бұрмалаушылықты Марквелл емес, Колгейт деп тұжырымдады.

Жауапкердің өз тауарларына немесе қызметтеріне бақылау немесе жауапкершіліктің қандай-да бір түрі бар екендігі туралы мәлімдеме жасау жағдайының кеңеюі қазіргі заманғы коммерциялық жағдайда іс-әрекеттің маңыздылығын қамтамасыз етуге көмектеседі. Бұл сонымен қатар атақты адамдар өздерінің кескіндерінен немесе басқа жеке белгілерінен пайдалануды бақылау үшін жолдан шығуы мүмкін. Бұл жеке тұлғаларға арналған саудамен айналысу, яғни атақты адамдар өздерінің өнімдері мен қызметтерін растау және байланыстыру үшін өздерінің есімдері мен бейнелерін қолдану тәжірибесі қазіргі заманғы маркетингтің кең таралған белгісі болғандықтан және қазіргі уақытта Ұлыбританияның заңы бас тартқандықтан, бұл өте маңызды әрі тұлға құқығын мойындайды.

Нәтижесінде, өнімді «ресми» немесе «белгілі бір тұлға» мақұлдаған сөздермен белгілеу, бұрмалаушылық ретінде қарастырылуы мүмкін, жарнамада атақты адамның кескінін заңсыз пайдалану мүмкін немесе болмауы мүмкін.⁵² Ұқсас венада, Элвис Преслидің шешімінде, ⁵³ Ладди Дж жұртшылық элвис, элвис пресли немесе қолтаңба сөздерін сіздің дәретхана мен парфюмерияға қолданылуы Элвис мүлкімен қандай да бір байланысы бар деп санамайды деп айтты. Бұл адамдар осындай қолөнер бұйымдарын сатып алғанда, оларды шығарған, сатқан немесе лицензиялаған адамдарға, бәрібір, бәрібір қарамайды. Сол сияқты, Spice Girls-ті бейнелейтін стикерлерді сатып алатын адамдар жапсырмаларды топ шығарғанына немесе жапсырмалардың сапасына олар рұқсат бергеніне сенбейтін шығар. Себебі, бұл тауарларды жеткізіп берген саудагерлер «бүгінгі пұттардың құндылығы мен бағасы» сұранысына жауап беріп отырды.

Бұрын бұрмалану қоғамды алдау үшін жұмыс істей ме деген сұраққа көбінесе соттар көпшіліктің көзімен қарайды. Алайда, тауарлар немесе қызметтер көпшілікке сатылмаса, соттар бұрмалаушылықтың әсерін қарастырады, өнімнің немесе қызметтердің арналуы мүмкін көпшілікке арналған бөлігі.

Бұрмаландырудың жалған екендігі туралы шешім қабылдаған кезде сотқа әсер ететін факторлардың бірі - талапкер белгісінің салыстырмалы күші. Егер талапкердің белгісі айрықша болса, соттар ұқсас сауда белгілерін басқа сауда саласында пайдалану шатасуға әкелуі мүмкін деп санайды. Мұның классикалық үлгісін Lego корпусы келтірді, онда талапкердің балалар ойыншықтарына арналған Lego маркасының мықты болғаны соншалық, атауды түрлі-түсті пластикалық бақша жабдықтарында қолдану нәтижесінде шатасулар пайда болды.

Жалған бұрмалаушылық қоғамды алдай ма, жоқ па деген мәселені қарау кезінде сотқа әсер етуі мүмкін тағы бір фактор - белгілердің ұқсастығы. Белгілердің бір-біріне ұқсайтындығын шешуде соттар қабылдаған көзқарас әрқашан қолдағы фактілерге байланысты болатындығын атап өткен жөн. Осылайша, төменде келтірілген жайттарға жалпы нұсқаулық ретінде қарау керек.