

УДК 347.772.028(574)

ТАУАР ТАҢБАЛАРЫН АЙЫРҒЫСЫЗ ДӘРЕЖЕГЕ ДЕЙІН ҰҚСАС ДЕП ТАҢУДЫҢ КРИТЕРИЙЛЕРІ

Кабыкаева Жанар Баянбекқызы

zhanar.kabykaeva@yandex.kz

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Халықаралық қатынастар факультеті, Аймақтану
мамандығының 3 курс студенті, Нұр-Сұлтан қаласы, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – Ж. Нурбаев

Тауар таңбаларын не үшін салыстырады? Біртектес, ұқсас және айырғысыз дәрежеге дейін ұқсас тауар таңбаларының арасында қандай айырмашылық бар? Тауар таңбаларының түрлеріне қарай оларды салыстырудың ерекшеліктері бар ма? Осы мақаланың мақсаты аталған сұрақтарға жауап беріп, тақырыпқа қатысты негізгі мәселелерді ашу болып табылады.

Қазақстан Республикасының «Тауар таңбалары, қызмет көрсету таңбалары және тауар шығарылған жерлердің атаулары туралы» Заңының (бұдан әрі – Заң) 4-бабына сәйкес тауар белгісінің иесі куәлікте көрсетілген тауарлар мен қызметтерге қатысты өзіне тиесілі тауар белгісін пайдалану мен оған иелік етудің айрықша құқығына ие болады.

Қазақстан Республикасында қорғалатын тауар белгісін оның иесінің келісімінсіз ешкім де пайдалана алмайды.

Осы орайда, тауар таңбасы иесінің келісімі кез-келген белгілердің қолданылуы кезінде қажет емес. Заңның 43-бабына сәйкес біртектес тауарларға немесе көрсетілетін қызметтерге қатысты айналымға *тауар белгісін* немесе *оган айырғысыз дәрежеге дейін ұқсас белгілемелерді* иесінің келісімінсіз енгізу тауар белгісіне айрықша құқықты бұзу деп танылады. Сондықтан заңсыз пайдалану мәселесі қарастырылғанда, міндетті шарттардың бірі тиісті белгілерді салыстыру болып табылады. Салыстыру нәтижесінде тауар таңбасы өзге тұлғалармен пайдаланылып жүрген белгілермен бірдей немесе айырғысыз дәрежеге дейін ұқсас екені немесе ұқсас еместігі заң бұзушылықтың болғаны әлде болмағанына қатысты шешім қабылдауға әсер етеді.

Тауар белгілерінің айырғысыз дәрежеге дейін ұқсастығы туралы мәселені қарау кезінде фонетика (дыбыстық ұқсастық), графика (визуалды ұқсастық), семантика (мағынасы бойынша ұқсастық) тұрғысынан тауар белгілеріне салыстырмалы талдау жүргізіледі. Сот зерттеуге сарапшылар, филолог мамандарды тартады.

Істің барлық мән-жайларын сот мұқият зерттеген кезде аталған дәрілік препараттарды қолдану кезінде азаматтар үшін қауіпті болдырмайтын шешім қабылданды [1].

Жоғарыда аталған фонетика (дыбыстық ұқсастық), графика (визуалды ұқсастық), семантика (мағынасы бойынша ұқсастық) тұрғысынан талдау Қазақстанда ғана емес, өзге елдердің заңнамасында және зияткерлік меншік объектілерін тіркеу, қорғау тәжірибесінде қолданылады.

Ресейлік тәжірибесінен тауар таңбаларының ұқсастығын табу мысалдары:

1) «Megaspell» – «Superspella», «Ozdilek» – «Ozdulek», «Libo» – «Lebo» – фонетикалық тұрғыдан айырғысыз дәрежеге дейін ұқсас белгілер;

2) «Ароматная мелодия» – «Aromatic melody», «Carla Fracci Giselle» – «Жизель» – семантикалық ұқсастығы табылған айырғысыз дәрежеге дейін ұқсас белгілер, «Душа» – «Славянская душа» – семантикалық ұқсастығы табылмаған белгілер [2].

Осыған орай, кейбір элементтері ғана ұқсас, өзара жай ғана ұқсас немесе орташа ұқсастығы бар белгілерді пайдалануды заңсыз деп тануға болмайды. Міндетті түрде айырғысыз дәрежеге дейін ұқсастық талабына сәйкестік болу керек.

Жалпы, мақалада белгіленген 3 критерий: фонетикалық, графикалық және семантикалық ұқсастық сарапшылармен және тиісті дауларды қарайтын судьялармен анықталады. Қазақстанда бұл критерийлерді қолдану талаптары егжей-тегжейлі Қазақстан Республикасы Әділет министрінің 2018 жылғы 29 тамыздағы № 1349 бұйрығымен бекітілген Тауар таңбаларына және тауар шығарылған жерлердің атауларына өтінімдерге сараптама жасау қағидаларымен (бұдан әрі – Сараптама жасау қағидалары) айқындалған.

Халықаралық тәжірибеге сәйкес, белгілердің ұқсастығының болуы немесе болмауы фактісі анықталған кезде, соттар, әдетте, әлеуметтік сауалнамалардың нәтижелерін дәлел ретінде қабылдайды. Мысал ретінде Ресей Федерациясының Жоғары Төрелік соты Президиумының 18 шілдедегі 2006 ж. № 3691/0639 қаулысын алуға болады. Аталған Қаулыда әлеуметтанулық сауалнамалардың деректері араласудың қаупі бар екенін көрсетеді.

Беларуссияда қалыптасқан тәжірибеге сәйкес, судьялар тауар құқықтарын бұзу туралы даулар бойынша шешім қабылдайды белгілер ұқсастық туралы сараптамалық қорытынды ұсыну қажеттілігінсіз. Бірақ сонымен бірге сауалнама нәтижелері бұл ретте, іс жүзінде сұрау нәтижелерінде көрсетілген тауар белгілерінің ұқсастығы туралы дәлелдемелердің қатыстылығы, бірінші кезекте, тауар таңбаларының немесе сауалнама жүргізетін басқа ұйым.

Германия, АҚШ, Австралия сияқты елдерде әлеуметтік сауалнамалардың нәтижелерін соттар бағалайды тұтынушылардың белгілерді араластыру қаупінің болуы немесе болмауы туралы дәлел ретінде [3].

Келесі тауар таңбалары Еуропалық одақ территориясында өңірлік тауар таңбаларына өтінімдерді қарастыру барысында айырғысыз дәрежеге дейін ұқсас деп танылған: «REGEBETON» – «REVETON», «GUILTY» – «NOT GUILTY».

Заңның 5-бабына сәйкес тауар таңбасы ретінде бейнелеу, сөз, әріп, цифр, көлем белгілері және өзге де белгілер немесе бір тұлғалардың тауарлары мен қызметтерін басқа тұлғалардың біртектес тауарларынан немесе қызметтерінен ажыратуға мүмкіндік беретін олардың аралас үлгілері тіркелуі мүмкін.

Сондықтан Сараптама жасау қағидалары бойынша тауар таңбасының түріне қарай белгілерді бір-бірімен салыстырудың да өзіндік ерекшеліктері бар. Мәселен, әріптік белгілердің ұқсастығын анықтағанда, сөздік белгілердің дыбыстық ұқсастығы қолданылмайды.

Әріптердің ұқсастығы келесі сипаттамаларға негізделген графикалық (көрнекі) көрсеткіштер бойынша анықталады: жалпы көркемдік әсер, шрифт түрі, әріптердің сипатын ескере отырып графикалық жазу (мысалы, басылған немесе жазылған, бас әріппен немесе кіші әріппен), бір-біріне қатысты әріптердің орналасуы, алфавит, түс немесе түстер үйлестері.

Бейнелеу немесе көлемді белгілер: бейнелеу белгілерімен, құрамында бейнелеу және (немесе) көлемдік элементтер бар аралас белгілерімен, көлемдік белгілерімен салыстырылады.

Бейнелеу немесе көлемдік белгілердің ұқсастығы келесі сипаттамалардың негізінде айқындалады: сыртқы нысаны, симметрияның болуы немесе болмауы, түсіндірмелік мағынасы, суреттердің түрі мен сипаты (натуралист, сәнді, карикатура), түстері және реңі. Аталған сипаттамаларды жекелей және әр түрлі комбинацияларда ескеруге болады.

Аралас белгілер: аралас белгілермен, тексеріліп жатқан аралас белгілердің құрамына элементтер ретінде кіретін белгілер түрлерімен салыстырылады.

Тауар белгісі – бұл тауарлар мен қызметтерді жекелендіруге арналған белгі. Оның басты міндеті – әлеуетті сатып алушыларда белгілі бір қауымдастықтарды, эмоцияларды, компанияның бренді мен имиджіне деген сенімді ояту. Тауар белгісін сот арқылы қорғау қажеттілігі келесі жағдайларда туындауы мүмкін:

- 1) тауар белгісінің өзі дауласқан кезде;
- 2) тауар белгісі заңсыз пайдаланылған кезде.

Қазіргі тұтынушыларға тауар белгілері өндірушілерден кем емес қажет екені анық. Өзіне ыңғайлы, қажет және тұтынушылық қажеттіліктерін қанағаттандыратын тауарларды тауар таңбалары арқылы есте сақтап, айқындауға көмектеседі.

Осы мақалада қарастырылған айырғысыз дәрежеге дейін ұқсас тауар таңбаларын анықтау атап кеткен дауларды шешуде маңызды рөл атқарады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының 1996 жылғы 26 шілдедегі «Тауар таңбалары, қызмет көрсету таңбалары және тауар шығарылған жерлердің атаулары туралы» Заңы.

2. Қазақстан Республикасы Әділет министрінің 2018 жылғы 29 тамыздағы № 1349 «Селекциялық жетістіктердің, өнеркәсіптік меншік объектілерінің, тауар таңбалары және тауар шығарылған жерлердің атауларының, интегралдық микросхемалар топологияларын тіркеу өтінімдеріне сараптама жасау қағидаларын бекіту туралы» бұйрығы.

3. Богрянская С. Сходны до степени смешения // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31204564#pos=6;-106 (Қаралу күні: 22.03.2021ж.)

4. Трунова А. Сходство до степени смешения, что это // <https://zashitoved.ru/blog/shodstvo-do-stepeni-smesheniya-chto-eto/> (Қаралу күні: 22.03.2021ж.)

5. Сеитова А. Пособие по составлению судебных решений по спорам о защите интеллектуальной собственности //

https://sud.gov.kz/sites/default/files/pagefiles/posobie_po_rassmotreniyu_sporov_ob_is.pdf

(Қаралу күні: 22.03.2021ж.)