ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ
ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

(ສະບັບທີສອງ)

one vision
one identity
one community

ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ
(ສະບັບທີສອງ)

ກອງເລຂາອາຊຽນ

ຈາກາຕາ

ສະມາຄົມປະຊາຊາດອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ (ອາຊຽນ) ໄດ້ຖືກສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນໃນວັນທີ 8 ສິງຫາ ປີ 1967, ປະເທດສະມາຊິກປະກອບໄປດ້ວຍ ບຣູໄນດາຣຸສຊາລາມ, ກຳປູເຈຍ, ອິນໂດເນເຊຍ, ສປປ ລາວ, ມາເລເຊຍ, ມຽນມາ, ຟິລິບປິນ, ສິງກະໂປ, ໄທ ແລະຫວຽດນາມ. ກອງເລຂາອາຊຽນຕັ້ງຢູ່ທີ່ເມືອງຈາກາຕາ ປະເທດອິນໂດເນເຊຍ.

ສອບຖາມຂໍ້ມູນຕິດຕໍ່ໄດ້ທີ່:

ເລຂາທິການໃຫຍ່ອາຊຽນ
ພະແນກປະຊາສຳພັນຊຸມຊົນ (Community Relations Division – CRD)
70 ເອ ຈະລັນ ຊີຊິນກາມັງກາຣາຊາ
ຈາກາຕາ 12110, ອິນໂດເນເຊຍ
ໂທລະສັບ: (62 21) 724-3372, 726-2991
ແຟັກ: (62 21) 739-8234, 724-3504
ອີເມລ์: public@asean.org

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບລາຍການສິ່ງຕີພິມຕ່າງໆ

ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ(ສະບັບທີສອງ)

ຈາກາຕາ: ກອງເລຂາອາຊຽນ, ເມສາ 2020

341.7588
1. ອາຊຽນ – ຊັບສິນທາງປັນຍາ – ສິດທິຊັບສິນທາງປັນຍາ
2. ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ– ການຈົດທະບຽນ –ມາດຕະຖານ
ISBN 978-602-5798-63-4

ISBN 978-602-5798-63-4

9 786025 798634

ອາຊຽນ: ປະຊາຄົມແຫ່ງໂອກາດສຳລັບທຸກຄົນ

ຂໍ້ຄວາມຂອງປຶ້ມສະບັບນີ້ອາດຈະຖືກອ້າງອີງໄດ້ຢ່າງອິດສະຫລະຫຼືຕີພິມຊ້ຳ ໃຫ້ການຍອມຮັບທີ່ເໝາະສົມ ແລະມີສຳເນົາທີ່ກ່ຽວກັບເອກະສານທີ່ໄດ້ພິມຄືນຊ້ຳ ໄດ້ຖືກສົ່ງໄປຫາພະແນກພົວພັນຊຸມຊົນ (CRD) ຂອງປະຊາຄົມອາຊຽນ, ຈາກາຕາ.

ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປຂອງອາຊຽນປະກົດຢູ່ທາງອິນເຕີເນັດທີ່ເວບໄຊທ์ອາຊຽນ:

www.asean.org

ລິຂະສິດຂອງສະມາຄົມປະຊາຊາດອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ (ອາຊຽນ) ປີ 2020
ສະຫງວນລິຂະສິດ

ໂຄງຮ່າງທົ່ວໄປ

ພາກທີ 1.	**ເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ**
ພາກທີ 2.	**ເຫດຜົນປຽບທຽບສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ**

ພາກເພີ່ມເຕີມ

ພາກເພີ່ມເຕີມ I.	**ການນຳໃຊ້ຂໍ້ກຳນົດດ້ານກົດໝາຍຂອງບັນດາປະເທດອາຊຽນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການກວດສອບເນື້ອໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ**

ບຣູໄນດາຣຸສຊາລາມ
ກຳປູເຈຍ
ອິນໂດເນເຊຍ
ສປປ. ລາວ
ມາເລເຊຍ
ມຽນມາ
ຟິລິບປິນ
ສິງກະໂປ
ໄທ
ຫວຽດນາມ

ພາກເພີ່ມເຕີມ II.	**ເວັບໄຊຕ໌ສຳລັບບັນດາຂໍ້ກຳນົດດ້ານກົດໝາຍໃນບັນດາປະເທດ ອາຊຽນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ສຳຄັນ**
ພາກເພີ່ມເຕີມ III.	**ລາຍລະອຽດສຳລັບຕິດຕໍ່ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ**

ມາດຕະຖານຕ່າງໆໃນຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນຂອງອາຊຽນນີ້ແມ່ນເອກະສານອ້າງອີງເພື່ອຊີ້ນຳ ແລະ ສົມໃສ່ໃນການປະຕິບັດຫນ້າທີ່ຂອງສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນ ເພື່ອແນໃສ່ບັນລຸ ຫຼັກເກນ ແລະ ມາດຕະຖານ ດຽວກັນ ໃນໄລຍະສັ້ນ. ໃນປະຈຸບັນນີ້ ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ ເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ຖືກຮັບຮອງ ໂດຍໜ່ວຍງານຮັບຜິດຊອບ ຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງອາຊຽນ, ໃນຂະນະທີ່ມີ ບາງຫຼັກການ ແລະ ມາດຕະຖານຂອງມັນ ບໍ່ແທດເຫມາະທີ່ຈະນຳໄປໃຊ້ໃນບາງສຳນັກງານຊັບສິນ ທາງປັນຍາຂອງອາຊຽນ, ຫຼື ອາດຈະແຕກຕ່າງຈາກການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢູ່ໃນບັນຫ້ອງການເຫຼົ່ານັ້ນ.

ຫຼັກການ ແລະ ມາດຕະຖານບາງຢ່າງທີ່ມີຢູ່ໃນຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນຂອງອາຊຽນ ອາດຈະ ບໍ່ມີຄວາມແທດເຫມາະທີ່ຈະນຳ ໄປໃຊ້ໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ ຖ້າຫາກກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງ ໝາຍການຄ້າຂອງປະເທດນັ້ນ ໄດ້ກຳນົດໄວ້ກ່ອນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ, ຕົວຢ່າງ: ກົດໝາຍວ່າ ດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ບໍ່ອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ ຫຼື ສັນຍາລັກ ສະເພາະໃດໜຶ່ງ. ໃນເມື່ອ ຄວາມບໍ່ສອດຄ່ອງດັ່ງກ່າວໄດ້ເກີດຂຶ້ນ, ຫ້ອງການຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກໍ່ຈະບໍ່ນຳໃຊ້ ຫຼັກການ ຫຼື ມາດຕະຖານ ຈາກຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນເຫຼົ່ານັ້ນຈົນກວ່າຈະມີການແກ້ໄຂ ໃຫ້ ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບກົດໝາຍລະດັບຊາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອ ໃນຂອງອາຊຽນເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ໄດ້ກຳນົດ ໃຫ້ເຫັນຜົນຂອງການກວດສອບເນື້ອ ໃນຂອງຄຳຮ້ອງຂໍ ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງອາຊຽນມີ ສິດອຳນາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບ ໃດໆກໍ່ແລ້ວແຕ່ ທີ່ໄດ້ມອບ ໃຫ້ພວກເຂົາດຳເນີນການພາຍ ໃຕ້ກົດໝາຍແຫ່ງຊາດ. ການນຳ ໃຊ້ຄູ່ມືການ ກວດສອບ ເນື້ອ ໃນນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ໝາຍ ຄວາມ ວ່າ ໃຫ້ ເປັນການບັງຄັບ ໃຫ້ ໃຊ້ ໃນ ຖານ ະ ກົ ດ ໝ າ ຍ ພື້ ນ ຖ ານ ໂ ດ ຍ ທີ່ ທັ ງ ຝ່ າ ຍ ໃ ດ ຝ່ າ ຍ ໜຶ ່ ງ ນ ຳ ໄ ປ ໃ ຊ້ ເ ພື່ ອ ຄັ ດ ຄ ້ ານ ການ ດ ຳ ເ ນ ີ ນ ການ ຕ ັ ດ ສ ິ ນ ໃ ຈ ຂ ອ ງ ສ ຳ ນ ັ ກ ງ ານ ຊ ັ ບ ສ ິ ນ ທ າ ງ ປ ັ ນ ຍ າ ແ ຫ ່ ງ ຊ າ ດ ຫ ຼ ື ອ ິ ງ ການ ຕ ຸ ລ າ ການ ໃ ດ ໜ ຶ ່ ງ ຫ ຼ ື ກ ັ ບ ເ ຈ ້ າ ໜ ້ າ ທ ີ່ ໃ ດ ໜ ຶ ່ ງ.

"ໝາຍເຫດ: ໃນບັນດາຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອ ໃນເຫຼົ່ານີ້ ເຄື່ອງໝາຍ "[...]" ແມ່ນໃຊ້ເພື່ອສະແດງ ໃຫ້ຮູ້ວ່າ ສ່ວນໜຶ່ງຂອງ ຂໍ້ຄວາມ ຫຼື ບົດບັນຍັດ ດ້ານ ກົ ດ ໝ າ ຍ ໃ ດ ໜ ຶ ່ ງ ໄ ດ້ ຖ ືກ ປ ່ ອ ຍ ໄ ວ້ ບ ໍ ່ ຂ ຽ ນ ຕ ໍ່ ຍ ້ ອ ນ ເ ຫ ດ ຜ ົ ນ ທ ີ່ ມ ັ ນ ມ ີ ຄ ວ າ ມ ກ ່ ຽ ວ ຂ ້ ອ ງ ຫ ຼ ື ເ ພ ື່ ອ ຄ ວ າ ມ ກ ະ ທ ັ ດ ຮ ັ ດ"

ພາກທີ 1

ເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດ
ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

ສາລະບານ

ບົດນຳ 13

ຄວາມເປັນມາ 13

ກິດຈະກຳທີ່ນຳໄປສູ່ ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ 14

ການປັບປຸງເນື້ອໃນຂອງຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ 17

ຕົວຫຍໍ້ທີ່ໃຊ້ໃນຄູ່ມືການກວດສອບ 18

ເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 21

1. *ສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ຍອມຮັບວ່າມັນແມ່ນ "ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ"* 21

1.1 *ສັນຍາລັກທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້* 22

1.1.1 ສັນຍາລັກແບບສອງມິຕິ 23

1.1.1.1 ຄຳສັບ, ຕົວຫນັງສື, ຕົວເລກດ່ຽວ, ກຸ່ມຕົວເລກ,ຮູບພາບສື່ຄວາມໝາຍ, ຄຳ ຂວັນ 23

1.1.1.2 ສັນຍາລັກແບບຮູບ 26

1.1.1.3 ສັນຍາລັກແບບປະສົມ 28

1.1.2 ສີ 32

1.1.3 ສັນຍາລັກແບບຮູບສາມມິຕິ 33

1.1.3.1 ຮູບຮ່າງຂອງອຸປະກອນທີ່ຕິດກັບຜະລິດຕະພັນ 34

1.1.3.2 ຮູບຮ່າງທີ່ຢູ່ໃນຕົວຫຼືເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງສິນຄ້າ 35

1.1.3.3 ຮູບຮ່າງຂອງພາຊະນະ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ການບັນຈຸແລະອື່ນໆ 36

1.1.4 ສັນຍາລັກແບບເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ໂຮໂລແກຣມ 39

1.1.5 ເຄື່ອງໝາຍກ່ຽວກັບ ຕຳແໜ່ງ 41

1.2 *ສັນຍາລັກທີ່ເບິ່ງບໍ່ເຫັນ - ຕົວຢ່າງເຄື່ອງໝາຍ* 44

1.2.1 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ດ້ວຍການໄດ້ຍິນ 46

1.2.2 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍກິ່ນ 47

1.2.3 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍລົດຊາດ 48

1.2.4 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍສຳຜັດ 48

2. *ລັກສະນະສະເພາະ* **50**

2.1 *ເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ເຂົ້າໃຈຫຼືບໍ່ຖືວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ* **51**

2.1.1 ຮູບຮ່າງພື້ນຖານແລະຕົວເລກແບບງ່າຍດາຍ 51

2.1.2 ສັນຍາລັກທີ່ສັບສົນຫຼືບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ 53

2.1.3 ສີຕ່າງໆ 55

2.1.3.1 ສີດ່ຽວ 55

2.1.3.2 ການປະສົມສີທີ່ເປັນນາມມະທຳ 58

2.1.4 ຕົວອັກສອນແລະຕົວເລກດ່ຽວ 59

2.1.5 ຮູບຊົງສາມມິຕິ 63

2.1.5.1 ຮູບຊົງແບບທຳມະດາ, ທົ່ວໄປ ຫຼືມາຈາກລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນ. 66

2.1.5.2 ຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະຕາມການໃຊ້ວຽກຫຼືຜົນກະທົບທາງເຕັກນິກ 73

2.1.6 ຮູບແບບລວດລາຍແລະການອອກແບບໃສ່ເທິງພື້ນຜິວ 80

2.1.7 ປ້າຍກຳກັບແລະຂອບຮູບທົ່ວໄປ 82

2.1.8 ວະລີໂຄສະນາງ່າຍໆ 85

2.2 *ສັນຍາລັກທົ່ວໄປ, ທີ່ໃຊ້ປະຈຳ ແລະ ຈຳເປັນ* **88**

2.2.1 ຄຳສັບທົ່ວໄປ, ທີ່ໃຊ້ປະຈຳ ຫຼື ທີ່ຈຳເປັນ 88

2.2.1.1 ການກຳນົດຊື່ພັນພືດ 90

2.2.1.2 ຊື່ທີ່ບໍ່ແມ່ນກຳມະສິດລະຫວ່າງປະເທດ (ທີ່ເອີ້ນກັນວ່າ INN) 91

2.2.2 ສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບຮ່າງແບບ ທົ່ວໄປ, ທີ່ໃຊ້ປະຈຳ ຫຼື ທີ່ຈຳເປັນ 91

2.3 *ສັນຍາລັກ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ* **95**

2.3.1 ສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍໂດຍທົ່ວໄປ 95

2.3.1.1 ການປະສົມປະສານຂອງອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ ແລະ ບໍ່ອະທິບາຍ 96

2.3.1.2 ຕຳແໜ່ງທີ່ຕັ້ງຂອງອົງປະກອບຕ່າງໆທີ່ຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍ 97

2.3.1.3 ການລວມຮູບເລຂາຄະນິດແບບງ່າຍໆ 98

2.3.2 ຄຳສັບ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ 99

2.3.3 ຮູບແບບການສະກົດຄຳໃນຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ 104

2.3.4 ສ່ວນປະກອບຂອງຄຳສັບ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ 106

2.3.5 ການປະສົມປະສານຂອງຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ 108

2.3.6 ສັນຍາລັກອະທິບາຍທາງພູມສາດ 112

2.3.6.1 ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ 112

2.3.6.2 ຊື່ທີ່ຕັ້ງທາງພູມສາດ ທີ່ມີລັກສະນະ ຈິນຕະນາການ, ຕາມໃຈ ແລະ ແນະນຳ 115

2.3.6.3 ສະມາຄົມທາງພູມສາດໃນອະນາຄົດ 117

2.3.6.4 ສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ເປັນຮູບຮ່າງ 118

2.3.6.5 ສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ບົ່ງບອກເຖິງແຫຼ່ງກຳເນີດຫຼືການເຊື່ອມໂຍງທາງພູມສາດທີ່ແທ້ຈິງ 121

2.3.7 ສຳນວນສະແດງການຍ້ອງຍໍແລະສັນຍາລັກອື່ນໆ 122

2.3.8 ວະລີໂຄສະນາ ແລະ ຄຳຂວັນ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ 124

2.3.9 ສັນຍາລັກແບບຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ 125

2.4 ***ຊື່ ແລະ ສິ່ງຄ້າຍຄືກັນຂອງບຸກຄົນ*** **132**

2.4.1 ຊື່ຂອງບຸກຄົນແລະບໍລິສັດ 132

2.4.2 ຊື່ ແລະ ຕົວລະຄອນ ໃນຈິນຕະນາການ 135

2.5 ***ຄວາມຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ເກີດຈາກການປະສົມປະສານຂອງອົງປະກອບຕ່າງ*** **136**

2.6 ***ລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້*** **142**

2.6.1 ລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້ ແລະ ຄວາມໝາຍທີສອງ 142

2.6.2 ການພິສູດລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້ 144

3. ***ສັນຍາລັກຫຼອກລວງ*** **147**

3.1 ***ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປກ່ຽວກັບສັນຍາລັກຫຼອກລວງ*** **147**

3.2 ***ສັນຍາລັກຫລອກລວງທາງພູມສາດ*** **150**

3.3 ***ສັນຍາລັກທີ່ມີການອ້າງອິງທີ່ຫຼອກລວງຕໍ່ການຮັບຮອງຢ່າງເປັນທາງການ*** **154**

4. ***ສັນຍາລັກຂອງລັດ ແລະ ສັນຍາລັກທາງການ, ເຄື່ອງໝາຍອົງກອນ ແລະເຄື່ອງໝາຍ ອື່ນໆ*** **157**

4.1 ***ສັນຍາລັກພາຍໃຕ້ມາດຕາ 6ter ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີ*** **157**

4.2 ***ສັນຍາລັກແລະເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆທີ່ບໍ່ຖືວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍ*** **166**

4.3 ***ສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ຖືກຍົກເວັ້ນດ້ວຍບົດບັນຍັດທາງກົດໝາຍ*** **167**

5. ***ລະບຽບສາທາລະນະ, ນະ�โยบายสาธารณะ, ສົນລະທຳ*** **172**

5.1 ***ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ*** **172**

5.2 ***ບັນຫາສະເພາະ*** **173**

5.2.1 ຄຸນລັກສະນະຂອງຕົວເຄື່ອງໝາຍເອງ 173
5.2.2 ຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ 177

6. *ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ* **179**
6.1 *ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ* **179**
6.1.1 ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ 179
6.1.2 ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ 180
6.2 *ເງື່ອນໄຂສະເພາະ ສຳລັບການກວດສອບເນື້ອໃນ* **180**
6.2.1 ການອະທິບາຍທາງພູມສາດ 181
6.2.2 ກົດລະບຽບໃນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ 182
6.2.3 ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນໂດຍເຈົ້າຂອງທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ 183

ບົດນຳ

ຄວາມເປັນມາ

ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບ ບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ (ຕໍ່ໄປນີ້ ຈະເອີ້ນວ່າ "ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ") ໄດ້ພັດທະນາຂຶ້ນພາຍໃຕ້ໂຄງການຮ່ວມມື EU-ASEAN ກ່ຽວກັບ ການປົກປ້ອງສິດຊັບສິນທາງປັນຍາ (ECAP III). ໂຄງການນີ້ໄດ້ຖືກອະນຸມັດໂດຍສະຫະພາບເອີຣົບ ແລະ ອາຊຽນໃນປີ 2009 ເພື່ອສະໜັບສະໜູນ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນງານຂອງປະຊາຄົມເສດຖະກິດອາຊຽນ. ໂຄງການນີ້ແນ່ໃສ່ສະໜັບສະໜູນເປົ້າໝາຍຍຸດທະສາດທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນແຜນປະຕິບັດງານຊັບສິນທາງປັນຍາ ອາຊຽນ ປີ 2011-2015.

ໄລຍະທີ 2 ຂອງແຜນງານ ECAP III ແມ່ນເພື່ອພະຍາຍາມເຊື່ອມໂຍງບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນເຂົ້າໃນລະບົບເສດຖະກິດໂລກ ແລະ ລະບົບການຄ້າໂລກເພື່ອສົ່ງເສີມການເຕີບໃຫຍ່ຂອງເສດຖະກິດແລະ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກໃນພາກພື້ນ. ຈຸດປະສົງສະເພາະຂອງໂຄງການນີ້ ແມ່ນເພື່ອສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງ ໃນການເຊື່ອມໂຍງພາກພື້ນ ຂອງອາຊຽນ ແລະ ເພື່ອຍົກລະດັບ ແລະ ເຮັດໃຫ້ລະບົບເພື່ອ ການສ້າງສັນຍ, ການປົກປ້ອງ, ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ບັງຄັບໃຊ້ສິດຊັບສິນທາງປັນຍາ ໃນພາກພື້ນອາຊຽນ ເປັນອັນໜຶ່ງອັນດຽວກັນ, ໂດຍໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບມາດຕະຖານຊັບສິນທາງປັນຍາສາກົນ, ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ດີທີ່ສຸດ ແລະ ແຜນປະຕິບັດງານກ່ຽວກັບສິດຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນ ປີ 2011-2015.

ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາ ແຫ່ງສະຫະພາບເອີຣົບ (EUIPO) ໄດ້ຖືກມອບໝາຍໃຫ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການດຳເນີນການໃນໄລຍະ 2 ຂອງ ໂຄງການ ECAP III ໃນໄລຍະປີ 2013-2015.

ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນໄດ້ຖືກຮ່າງຂຶ້ນມາໂດຍ ໄດ້ຄຳນຶງເຖິງກົດໝາຍ, ລະບຽບການ ແລະ ການຕັດສິນດ້ານຕຸລາການ ແລະ ການບໍລິຫານ ຂອງບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກັບການພິຈາລະນາກວດສອບເນື້ອໃນຂອງການຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ລວມທັງການປະຕິບັດຕ່າງໆທີ່ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນນຳໃຊ້. ຄູ່ມື ແລະ ບົດແນະນຳ ທີ່ຖືກນຳໃຊ້ໃນ ຫ້ອງການຕ່າງໆ ເພື່ອກວດສອບຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ກໍ່ນຳມາພິຈາລະນາເຊັ່ນກັນ. ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນຍັງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງມາດຕະຖານສາກົນ ແລະ

ການປະຕິບັດທີ່ດີທີ່ສຸດ, ໂດຍສະເພາະ ຄູ່ມືການກວດສອບທີ່ນຳໃຊ້ໃນຫ້ອງການຍົກລະດັບ ຕະຫຼາດພາຍໃນ ກ່ຽວກັບ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ -2014 (ຊຶ່ງຕໍ່ໄປນີ້ເອີ້ນວ່າ "ຄູ່ມືການກວດສອບ ຂອງ EUIPO").

ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນຂອງອາຊຽນ ແມ່ນມີຈຸດປະສົງເພື່ອເພີ່ມເຕີມກົດລະບຽບ ຫຼັກການ ແລະ ຄູ່ມືພາຍໃນທີ່ໄດ້ກ່າວມາເບື້ອງຕົ້ນ ແລະ ເພື່ອສະໜັບສະໜຸນການຄາດຄະເນ ແລະ ການເຊື່ອມໂຍງ ມາດຕະຖານການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແລະ ມາດຖານທີ່ນຳໄປ ໃຊ້ໂດຍບັນດາສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນ. ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນອາດຈະໄດ້ນຳ ໃຊ້ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການຝຶກອົບຮົມ ສຳລັບຜູ້ກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແລະ ກໍ່ເປັນທັງ ເອກະສານອ້າງອີງ ໃຫ້ບັນດາທີ່ປຶກສາລະດັບມືອາຊີບ ແລະ ຜູ້ຕາງໜ້າບໍລິການຈົດທະບຽນຊັບ ສິນອຸດສາຫະກຳ.

ກົດຈະກຳທີ່ນຳໄປສູ່ ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ

ສົບປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ ໄດ້ປະຕິບັດຄຳໝັ້ນສັນຍາຈຳນວນໜຶ່ງຂອງພາກພື້ນ ເພື່ອ ສ້າງຕະຫຼາດ ທີ່ມີການເຊື່ອມ�โยง ໃນໄລຍະກາງ ແລະ ໄລຍະຍາວ. ບັນດາໂຄງການໃນພາກພື້ນ ປະກອບດ້ວຍໂຄງການຍ່ອຍ ແລະ ກົດຈະກຳສະເພາະໃນຂົງເຂດຕ່າງໆ, ລວມທັງຊັບສິນທາງ ປັນຍາ.

ໂຄງການທີ່ຈະຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃນພາກພື້ນ ອາຊຽນນັ້ນ ໄດ້ຮັບການທ້າທາຍໃນບາງສ່ວນ ໂດຍອີງໃສ່ສະພາບຕົວຈິງທີ່ແຕກຕ່າງກັນຂອງແຕ່ ລະປະເທດ, ໂດຍສະເພາະ ຕໍ່ກັບ ຂະຫນາດຂອງເສດຖະກິດ ແລະ ຈຳນວນປະຊາກອນ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ພາສາປາກເວົ້າຂອງພວກເຂົາ, ແລະ ລວມທັງການພັດທະນາເສດຖະກິດຂອງ ພວກເຂົາເຈົ້າ (ເຊັ່ນ ກຳປູເຈຍ, ລາວ ແລະ ມຽນມາ ແມ່ນປະເທດທີ່ດ້ອຍພັດທະນາ). ປະຫວັດສາດແຫ່ງຄວາມເປັນມາຂອງແຕ່ລະປະເທດເຫຼົ່ານີ້ ເປັນເຫດຜົນຫຼັກໃນການກຳນົດ ປະເພນີທາງກົດໝາຍຂອງພວກເຂົາໄວ້ຢ່າງເຂັ້ມງວດ ແລະ ດ້ວຍເຫດນີ້, ມັນຈຶ່ງມີຜົນຕໍ່ໂຄງສ້າງ ແລະ ເນື້ອໃນຂອງກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາ, ລວມທັງລະບົບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ທຸກປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນລ້ວນແຕ່ໄດ້ປະກາດນຳໃຊ້ ຫຼື ກຳລັງຢູ່ໃນຂັ້ນຕອນການນຳ ໃຊ້ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ (ບໍ່ວ່າໃນຮູບແບບຂອງກົດໝາຍສະເພາະໃດໜຶ່ງ ຫຼື ເປັນພາກ ຫຼື ບົດບັນບັດໜຶ່ງ ຢູ່ໃນກົດໝາຍລວມ), ທັງບັນດາມາດຕະຖານຕ່າງໆໃນການປະຕິບັດ ຂອງໂຄງສ້າງພື້ນຖານລະດັບລ່າງ, ລວມທັງການປະຕິບັດລະບຽບການ ແລະ ການພິຈາລະນາດ້ານ ບໍລິຫານ.

ບັນດາປະເທດດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ມີການພິມເຜີຍແຜ່ ຫຼື ໄດ້ມີການນຳໃຊ້ພາຍໃນ ບັນດາຄູ່ມື, ຄຳແນະນຳ ຫຼືລະບຽບການຕ່າງໆ ເພື່ອກວດສອບຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ໂດຍນັກກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງບັນດາປະເທດດັ່ງກ່າວ.

ກຳປູເຈຍ: ປຶ້ມຄູ່ມືກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ເດືອນກໍລະກົດ 2013

ອິນໂດເນເຊຍ: ຄຳແນະນຳທາງດ້ານວິຊາການ ສຳລັບການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ (ສະບັບປັບປຸງ ປີ 2012)

ສປປ ລາວ: ປຶ້ມຄູ່ມື ກ່ຽວກັບ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ເດືອນກັນຍາ 2003

ມາເລເຊຍ: ປຶ້ມຄູ່ມື ກ່ຽວກັບ ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ, 2003 (ສະບັບປັບປຸງຄັ້ງທີ່2)

ຟິລິບປິນ: ຄູ່ມື ການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, (ບົດແນະນຳການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ) ເດືອນທັນວາ 2012

ສິງກະ�โป: ປຶ້ມຄູ່ມືສຳລັບການປະຕິບັດວຽກງານເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

ຫວຽດນາມ: ເອກສານເລກທີ 01/2007 / TT-BKHCN ລົງວັນທີ 14 ກຸມພາ 2007, ຄຳແນະນຳສຳລັບການປະຕິບັດດຳລັດຂອງລັດຖະບານ ສະບັບເລກທີ 103/2549 / ສພຊ, ລົງວັນທີ 22 ກັນຍາ 2006 ໂດຍມີການດັດແກ້ ແລະ ເພີ່ມຕື່ມ ໃນປີ 2010, 2011, ປີ 2013 ແລະ 2016; ແລະລະບຽບການກວດສອບ ສຳລັບການຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ປີ 2010 - ເອກະສານຕົດຄັດກັບການລົງມະຕິ ເລກທີ 709 / QD- SHTT ລົງວັນທີ 29 ເມສາ 2010 ຂອງ ຫົວໜ້າສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງຊາດຫວຽດນາມ (NOIP).

ໃນຂະນະທີ່ເນື້ອໃນສ່ວນໃຫຍ່ຂອງລະບຽບການພາຍໃນທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ ແມ່ນມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນເຫຼົ່ານີ້, ແຕ່ຄວາມແຕກຕ່າງທາງດ້ານເນື້ອໃນໃນບາງຈຸດ ຍັງຄົງມີຢູ່. ການພັດທະນາຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນສຳລັບພາກພື້ນນີ້ສາມາດຊຸກຍູ້ຄວາມເປັນ ໜຶ່ງດຽວຂອງມາດຕະຖານ ການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແລະ ມາດຖານທີ່ນຳໃຊ້ ໂດຍນັກ ກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃນພາກພື້ນ.

ຂັ້ນຕອນໃນການສ້າງຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ ສະບັບທຳອິດ ປະກອບດ້ວຍຂັ້ນຕອນຫຼັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ພາລະກິດຊອກຫາຂໍ້ມູນຄວາມເປັນຈິງທີ່ດຳເນີນການໂດຍທີ່ປຶກສາໂຄງການໃນລະຫວ່າງເດືອນພຶດສະພາ ແລະ ເດືອນມິຖຸນາ ປີ 2014 ໃຫ້ກັບສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາ ຂອງແຕ່ລະປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ. ພາລະກິດນີ້ ຮວບຮວມຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນກົດໝາຍ, ລະບຽບການ ແລະ ປຶ້ມຄູ່ມື ດ້ານບໍລິຫານ, ບົດແນະນຳ ແລະ ທິດທາງຕ່າງໆ ທີ່ນຳໃຊ້ໂດຍຫ້ອງການເຄື່ອງໝາຍການຄ້າອາຊຽນ, ພ້ອມທັງ ຄຳຕັດສິນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຈາກໜ່ວຍງານບໍລິຫານ ແລະ ຕຸລາການ ກ່ຽວກັບ ກໍລະນີທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ທີ່ອາດຈະສົ່ງຜົນໃນການກວດສອບຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ພາລະກິດຍັງປະກອບດ້ວຍ ການປຶກສາຫາລືກັບເຈົ້າໜ້າທີ່ທີ່ມີມີສິດອຳນາດໃນການກຳນົດເນື້ອໃນທີ່ສາມາດປະກອບເຂົ້າປຶ້ມຄູ່ມືການກວດສອບ, ແລະ ມີຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງ ສາເຫດທີ່ແນ່ນອນ ແລະ ສາເຫດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ສຳລັບການແຈ້ງປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ທີ່ຖືກນຳໃຊ້ໃນຫ້ອງການຂອງພວກເຂົາ.

ກະກຽມຮ່າງຄູ່ມືການກວດສອບສະບັບທຳອິດ ໂດຍທີ່ປຶກສາຂະຂອງໂຄງການ ອີງຕາມກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ທັງຕາມກົດລະບຽບ ແລະ ການນຳໃຊ້ໃນຕົວຈິງຂອງສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນ, ເຊິ່ງກໍ່ໄດ້ຖືກລວບລວມໂດຍພາລະກິດຂອງຊອກຫາຂໍ້ມູນຄວາມເປັນຈິງ ແລະຕາມການນຳໃຊ້ທີ່ດີທີ່ສຸດຈາກບັນດາຫ້ອງການເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຊັບສິນທາງປັນຍາ. ຮ່າງສະບັບນີ້ໄດ້ຖືກຍື່ນສະເໜີຕໍ່ກອງປະຊຸມຂອງກຸ່ມຜູ້ຊ່ຽວຊານອາຊຽນກ່ຽວກັບການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າທີ່ໄດ້ຈັດຂຶ້ນຢູ່ບາງກອກເມື່ອວັນທີ 21-25 ກໍລະກົດ 2014. ໃນກອງປະຊຸມນັ້ນ, ຮ່າງຂອງຄູ່ມືການກວດສອບໄດ້ຖືກນຳໄປປຶກສາຫາລືກັນຢ່າງລະອຽດ.

ທົບທວນຮ່າງຂອງຄູ່ມືການກວດສອບ ໂດຍທີ່ປຶກສາໂຄງການ ໂດຍໄດ້ຄຳນຶງເຖິງຄຳເຫັນ, ຄຳແນະນຳ ແລະຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຮັບຈາກສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນໃນລະຫວ່າງແລະຫຼັງກອງປະຊຸມຂອງກຸ່ມຜູ້ຊ່ຽວຊານທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ.

ຮ່າງສຸດທ້າຍທີ່ເປັນສະບັບສົມບູນຂອງຄູ່ມືການກວດສອບ ໄດ້ສ້າງສຳເລັດແລ້ວເປັນທີ່ຮຽບຮ້ອຍແລະກໍ່ໄດ້ຍື່ນສະເໜີ ໃນວັນທີ 30 ກັນຍາ 2014.

ການປັບປຸງເນື້ອໃນຂອງ*ຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ*

ຂະບວນການປັບປຸງເນື່ອໃນຄູ່ມືການກວດສອບເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ເລີ່ມຕົ້ນໃນປີ 2018 ແລະໄດ້ສິ້ນສຸດໃນປີ 2019 ໂດຍສອດຄ່ອງກັບໂຄງການ "Arise Plus - ສິດຊັບສິນທາງປັນຍາ" ທີ່ພັດທະນາໂດຍສະຫະພາບເອີຣົບ ສຳລັບພາກພື້ນອາຊຽນ. (ຕໍ່ໄປນີ້ກໍ່ຈະເອີ້ນວ່າ "Arise + IPR").

Arise+IPR ແມ່ນໂຄງການທີ່ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດ ທີ່ໄດ້ຖືກອອກແບບໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງເອີຣົບ (EUIPO) ເພື່ອສະໜັບສະໜູນການພັດທະນາການຄ້າແລະການເຊື່ອມໂຍງຂອງບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ. ທັງຍັງໄດ້ຄາດໝາຍໄວ້ວ່າ ຈະຍົກລະດັບແລະປັບປຸງລະບົບຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງບັນດາປະເທດອາຊຽນໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບມາດຕະຖານແລະມາດຕະຖານສາກົນໃນການນຳໃຊ້ທີ່ດີທີ່ສຸດ.

ຄູ່ມືການກວດສອບແມ່ນໄດ້ຖືກດັດແກ້ໂດຍທີ່ປຶກສາໂຄງການໂດຍໄດ້ຄຳນຶງເຖິງການຊ່ວຍເຫຼືອການພັດທະນາໃນເລື່ອງຂອງກົດໝາຍແລະລະບຽບການທີ່ກ່ຽວກັບຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນ, ພ້ອມທັງຂໍ້ສະເໜີແນະນຳ, ຕົວຢ່າງແລະຂໍ້ມູນທີ່ສ່ວນໃຫຍ່ແລ້ວ ແມ່ນໄດ້ຮັບມາຈາກບັນດາສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາອາຊຽນ ແລະ ທັງ EUIPO.

ຮ່າງບົດນີ້ໄດ້ຮັບການທົບທວນແລະກວດກາຄືນໂດຍບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນໃນເດືອນພຶດສະພາ 2019 ແລະບົດຄູ່ມືການກວດສອບສະບັບປັບປຸງຄັ້ງສຸດທ້າຍສະບັບໃຫມ່ ກໍ່ໄດ້ຖືກຈັດສົ່ງໃນເດືອນສິງຫາ 2019.

------- o -------

ຕົວຫຍໍ້ທີ່ໃຊ້ໃນຄູ່ມືການກວດສອບ

ປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ (ລະຫັດຂອງປະເທດ)

BN	: ບຣູໄນດາຣູສຊາລາມ
ID	: ອິນໂດເນເຊຍ
KH	: ກຳປູເຈຍ
LA	: ສປປ ລາວ
MM	: ມຽນມາ
MY	: ມາເລເຊຍ
PH	: ຟິລິບປິນ
SG	: ສິງກະ�โป
TH	: ໄທ
VN	: ຫວຽດນາມ

ຕົວຫຍໍ້ອື່ນໆ

ECJ	: ສານຍຸຕິທຳຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ (ສານຍຸຕິທຳເອີຣົບ)
EU	: ສະຫະພາບເອີຣົບ
GI	: ຖິ່ນກຳເນີດ
IPL	: ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາ
NCL	: ການຈັດປະເພດສິນຄ້າແລະການບໍລິການລະດັບສາກົນເພື່ອຈຸດປະສົງຂອງການຂຶ້ນທະບຽນ ເຄື່ອງໝາຍ ໂດຍສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນພາຍໃຕ້ ສັນຍາຂໍ້ ຕົກລົງ Nice (ນິສ) ໃນປີ 1957 (ການຈັດແບ່ງຫມວດສິນຄ້າແບບນິສ).
Nice Classification	: ການຈັດແບ່ງຫມວດສິນຄ້າແບບນິສທີ່ເປັນການຈັດແບ່ງຫມວດຫມູ່ສິນຄ້າລະຫວ່າງປະເທດແລະການບໍລິການເພື່ອຈຸດປະສົງຂອງການລົງທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນມາພາຍໃຕ້ສັນຍາຂໍ້ ຕົກລົງ Nice (ນິສ) ໃນປີ 1957
EUIPO	: ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາ ຂອງເອີຣົບ
EUIPO Guidelines	: ຄູ່ມືໃນການກວດສອບຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງເອີຣົບ (EUIPO), ເວີຊັ່ນ 1.1, 1 ເດືອນຕຸລາ 2017

EUTMIR : ຄະນະກຳມະການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດລະບຽບການສະບັບເລກທີ 2018/626 ຂອງວັນທີ 5 ມີນາ 2018, ລະບຽບການບັງຄັບໃຊ້ຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ເລກທີ 2017/1001.

EUTMR : ລະບຽບການ ສະບັບເລກທີ 2017/1001 ຂອງວັນທີ 14 ມິຖຸນາ 2017 ວ່າດ້ວຍລະບຽບການ ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ (ຂໍ້ການິດລະບຽບການຄ້າຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ).

PARIS CONVENTION : ສົນທິສັນຍາປາຣີກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງຊັບສິນທາງອຸດສາຫະກຳທີ່ໄດ້ຮັບຮອງໃນ ປີ 1883, ແລະໄດ້ຖືປັບປຸງຄັ້ງສຸດທ້າຍທີ່ ສະຕັອກໂຮມ ໃນ ປີ 1967.

SGT : ສົນທິສັນຍາສິງກະ�โปກ່ຽວກັບກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະກົດລະບຽບພາຍໃຕ້ສົນທິສັນຍາດັ່ງກ່າວໃນປີ 2006.

TMA : ຂໍ້ກຳນົດກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

TML : ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

TMR : ລະບຽບການກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຫຼືຂໍ້ບັງຄັບກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝ ายການຄ້າ

TRIPS : ສັນຍາວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາທີ່ຕິດພັນກັບການຄ້າ

WHO : ອົງການອະນາໄມໂລກ

WIPO : ອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ

WTO : ອົງການການຄ້າໂລກ

<u>ອ້າງອິງ</u>

ການອ້າງອິງເວັບໄຊທ່ທັງໝົດແມ່ນມີຂຶ້ນໃນເວລາປະຈຸບັນ ໃນວັນທີ 31 ກໍລະກົດ 2019

ເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

1. ສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ຍອມຮັບວ່າມັນແມ່ນ "ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ"[1]

ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າດັ່ງກ່າວ ຄວນຖືກປະຕິເສດ ຖ້າຫາກລັກສະນະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ການບັງຄັບໃຊ້ບໍ່ຖືກຕ້ອງກັບຄຳນິຍາມຂອງຄຳວ່າ 'ເຄື່ອງໝາຍ' ຫຼື 'ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ' ທີ່ໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍ ຫຼືຖ້າເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວບໍ່ຖືກຕ້ອງຕາມເງື່ອນໄຂທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ວ່າ ມັນນັ້ນສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້.

ເມື່ອເຄື່ອງໝາຍບໍ່ກົງກັບຄຳນິຍາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ຂອງຄຳວ່າ "ເຄື່ອງໝາຍ" ຫຼື "ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ", ຫຼືມັນເປັນທີ່ຈະແຈ້ງວ່າຫົວຂໍ້ຂອງການຂໍຈົດທະບຽນນັ້ນ ບໍ່ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍທີ່ສາມາດເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ ໃນກໍລະນີນີ້, ມັນກໍ່ຈະບໍ່ຈຳເປັນທີ່ຈະຕ້ອງກວດສອບເບິ່ງເຄື່ອງໝາຍໂດຍໃຊ້ເຫດຜົນທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ແນ່ນອນຫຼືເຫດຜົນທີ່ໃຊ້ປຽບທຽບໆສຳລັບການປະຕິເສດເຄື່ອງໝາຍນັ້ນໆ.

ເພື່ອທີ່ຈະໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍອັນໜຶ່ງໄດ້, ສັນຍາລັກທີ່ຈະມາເປັນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ຕ້ອງສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້. ໃນທາງທິດສະດີ, ສັນຍາລັກທີ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ໂດຍຄວາມຮູ້ສຶກພື້ນຖານຂອງມະນຸດ 5 ຢ່າງ (ການເບິ່ງ, ການໄດ້ຍິນ, ກິ່ນ, ການສຳຜັດແລະລົດຊາດ) ອາດຈະເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ດີເພື່ອຈຳແນກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ກົດໝາຍ ແລະ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ຈຳກັດຄວາມສາມາດໃນການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງຫຼືມີປະສິດທິພາບ ໂດຍຮຽກຮ້ອງໃຫ້ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວມີຄວາມເໝາະສົມ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບຂໍ້ກຳນົດ ເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນລັກສະນະ ທີ່ເປັນທີ່ຍອມຮັບຈາກເຈົ້າໜ້າທີ່ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ເພື່ອຈຸດປະສົງໃນການບັນທຶກເຄື່ອງໝາຍຢ່າງເປັນທາງການ. ວິທີການໃນການສະແດງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບຈຸດປະສົງການຈົດທະບຽນອາດຈະແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມປະເພດຂອງສັນຍາລັກ.[2]

---

[1] ໃນຄຳແນະນຳເຫຼົ່ານີ້ ຄຳວ່າ "ເຄື່ອງໝາຍ" ແລະ "ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ" ແມ່ນສາມາດໃຊ້ແທນກັນໄດ້, ແລະ ຄຳສັບທັງສອງປະກອບມີ "ເຄື່ອງໝາຍການບໍລິການ" ເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າ ໄດ້ລະບຸໄວ້ເປັນຢ່າງອື່ນແລ້ວ.

[2] ເບິ່ງຄຳນິຍາມຂອງ "ສັນຍາລັກ", "ເຄື່ອງໝາຍ" ແລະ "ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ" ໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4(1); ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 1.1; ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 2(ເອ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 3.9 ແລະ 16.1, ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ์ທີ. 32; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2.ເຈ); ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 3(1) "ເຄື່ອງໝາຍ"; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 121.1, ລະບຽບການ, ອາຣ์. 101(ເຈ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) ແລະ 7(1)(ເອ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 1 'ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ?'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 "ເຄື່ອງຫມາຍ"; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 4.16. ນອກຈາກນັ້ນໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານ

1.1 ສັນຍາລັກທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້

ໃນຂໍ້ສັນຍາທາງການຄ້າ TRIPS ໄດ້ອະນຸຍາດໃຫ້ສະມາຊິກ WTO ໃຊ້ເປັນເງື່ອນໄຂ ເພື່ອຮຽກຮ້ອງໃນການຈົດທະບຽນສັນຍາລັກນັ້ນວ່າ 'ສາມາດເບິ່ງເຫັນດ້ວຍຕາ', ນັ້ນໝາຍຄວາມ ວ່າ, ມັນສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ໂດຍສາຍຕາ.[3]

ສັນຍາລັກສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ໄດ້ຖືກສົ່ງໄປຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ກໍ່ລ້ວນແຕ່ ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້. ເຄື່ອງໝາຍ ດັ່ງກ່າວແມ່ນສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ໃນເວລາທີ່ນຳໄປໃຊ້ໃນການ ຄ້າເພື່ອຈຳແນກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ.ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍກຳນົດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ສາມາດ ສັງເກດເບິ່ງເຫັນໄດ້ ກໍ່ແມ່ນໃຫ້ເປັນເງື່ອນໄຂທີ່ຄົບຖ້ວນ ສຳລັບການຈົດທະບຽນ, ບໍ່ວ່າຄຳຮ້ອງ ເພື່ອຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍໃດກໍ່ຕາມ ຫາກມີເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ ກໍ່ອາດຈະຖືກ ປະຕິເສດ. ໂດຍສະເພາະ, ສັນຍາລັກທີ່ສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ແບບອື່ນ, ເຊັ່ນວ່າຍົກຕົວຢ່າງ ຮັບຮູ້ໄດ້ ໂດຍຄວາມຮູ້ສຶກຂອງການໄດ້ຍິນຫຼືຄວາມຮູ້ສຶກຂອງໄດ້ຮັບກິ່ນ, ກໍ່ບໍ່ສາມາດຮັບຮອງເອົາໄວ້ໄດ້ ເພາະວ່າບໍ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວໄດ້. ນອກຈາກນີ້ແລ້ວ ສິ່ງນີ້ຈະເຮັດໃຫ້ການຈົດ ທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ນັ້ນຖືກປະຕິເສດແລະກໍ່ຈະແທນທີ່ດ້ວຍການໃຊ້ຄວາມ ໝາຍຂອງ "ການສຳພັດ" ແລະ "ລົດຊາດ".

ເປັນທີ່ຮັບຮູ້ກັນແລ້ວວ່າຈຸດປະສົງຂອງການຈົດທະບຽນສັນຍາລັກທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ນັ້ນໃຫ້ ເປັນເຄື່ອງໝາຍ, ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ ຄຳຮ້ອງຍື່ນຂໍຈົດທະບຽນ ກໍ່ຕ້ອງປະກອບໄປດ້ວຍ ການ ອະທິບາຍຂັ້ນຕອນວິທີການສ້າງຫຼືການສະແດງຂອງເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ ຕາມວິທີການທີ່ໄດ້ກຳນົດ ໄວ້. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການປະຕິບັດຕາມຂໍ້ກຳນົດນີ້ແມ່ນພື້ນຖານຂອງການກວດສອບເບື້ອງ ຕົ້ນແລະຈະບໍ່ໄປກະທົບກັບລັກສະນະຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ.

ສັນຍາລັກທີ່ສາມາດສັງເກດເບິ່ງເຫັນໄດ້ໂດຍທົ່ວໄປນັ້ນ ຈະຕົກຢູ່ໃນໜຶ່ງໃນປະເພດໃດໜຶ່ ງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- ສັນຍາລັກແບບສອງມິຕິ
- ສີ
- ສັນຍາລັກແບບສາມມິຕິ

ຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 1.

[3] TRIPS, ມາດຕາ 15.1, ໂດຍຫຍໍ້.

1.1.1 ສັນຍາລັກແບບສອງມິຕິ

ສັນຍາລັກແບບສອງມິຕິສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ດ້ວຍຕາແມ່ນສັນຍາລັກທີ່ຖືກນຳໄປໃຊ້ໂດຍທົ່ວໄປແລະສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ ທີ່ຕິດຢູ່ນຳຜະລິດຕະພັນຫຼືປ້າຍຊື່ຫຼືບ່ອນທີ່ມີຄວາມແຫດເຫມາະທີ່ຈະໃສ່, ຫຼື ໃນວັດຖຸສິ່ງຂອງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນ, ຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ໃຊ້ນຳສະເໜີໃນຕະຫລາດ.

ສັນຍາລັກແບບສອງມິຕິໄດ້ຖືກອະນຸຍາດແລະຍອມຮັບໃຫ້ຈົດທະບຽນໄດ້ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອວ່າເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ອາດຈະຕົກຢູ່ໃນ ໝວດໃດໜຶ່ງ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້.

1.1.1.1 ***ຄຳສັບ, ຕົວຫນັງສື, ຕົວເລກດ່ຽວ, ກຸ່ມຕົວເລກ,ຮູບພາບສື່ຄວາມໝາຍ, ຄຳຂວັນ*** [4]

ປະເພດຂອງສັນຍາລັກນີ້ມີພຽງແຕ່ອົງປະກອບອັນດຽວທີ່ສາມາດອ່ານໄດ້, ລວມທັງສັນຍາລັກທີ່ປະກອບດ້ວຍ ໜຶ່ງຫຼືຫຼາຍຂໍ້ຄວາມ (ທີ່ມີຫຼືບໍ່ມີຄວາມໝາຍ) ຕົວຫນັງສື, ຕົວເລກແບບດ່ຽວ, ກຸ່ມຕົວເລກ ຫຼື ຮູບພາບສື່ຄວາມໝາຍທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ, ຫຼືການປະສົມປະສານກັນຂອງສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ ລວມທັງຄຳຂວັນແລະປະໂຫຍກການໂຄສະນາ.

ສັນຍາລັກເຫຼົ່ານີ້ບາງຫມວດອາດຈະມີຊື່ແຕກຕ່າງກັນໃນກົດໝາຍແຫ່ງຊາດຂອງປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນແລະບາງສັນຍາລັກອາດຈະບໍ່ຖືກລະບຸຢ່າງຈະແຈ້ງໃນກົດໝາຍ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ພາຍໃຕ້ກົດໝາຍບາງສະບັບ, ຄຳຂວັນ ແລະ ປະໂຫຍກການໂຄສະນານັ້ນ ຖືວ່າເປັນ “ການປະສົມຄຳ” ແລະ ອາດຈະຖືກຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຕາມຄວາມເໝາະສົມ.

ເຄື່ອງໝາຍຫມວດເຫຼົ່ານີ້ອາດຈະຖືກສະແດງເປັນຕົວຫນັງສືທີ່ເປັນ "ມາດຕະຖານ" ຫຼື ຕົວຫນັງສືທີ່ພິເສດ, ຕົວຫນັງສືທີ່ບໍ່ເປັນມາດຕະຖານນັ້ນ ອາດຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບຕົວຫນັງສືໃດໜຶ່ງ ແລະອາດຈະມີສີໜຶ່ງຫຼືຫຼາຍສີ. ມັນບໍ່ມີອົງປະກອບໃດໆທີ່ສະແດງເຖິງພາບພົດ, ຂອບຮູບ ຫຼື ພື້ນຫລັງ.

---

[4] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 4(1); ຄູ່ມື ເຄເຣັຊທີເອັມ ຫນ້າ 2; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 1.1; ເອັລເອ ໄອພີ ເອັລ ເອອາຣ์ທີ.16.1, ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ์ທີ. 32, ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 4; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 3 ແລະ 10(1), ຄູ່ມື ທີ ເອັມ ວັກ 4.11; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2.ເຈ); ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂຄດ, ເອັສ. 121.1, ລະບຽບການ, ອາຣ์. 101(ເຈ), ຄູ່ມື ທີ ເອັມ ຫນ້າ 18; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) – ‘ເຄື່ອງຫມາຍ’ ແລະ ‘ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ’, ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 1 ‘ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ?’; ທີເຣັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 – ‘ເຄື່ອງຫມາຍ’ ແລະ 7(2, (3), (4); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 72.1. ນອກຈາກນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.1

ຕົວຢ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ສະແດງໃຫ້ເຫັນສັນຍາລັກຕ່າງໆທີ່ຢູ່ໃນຫມວດນີ້:

KLAROSEPT

MONT

BLANC

AIR INDIA

MILKYBON

Αλφάβητο

GML

1886

Nº 5

H2NO

Giorgio@Play

Your flexible friend

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

ສັນຍາລັກທີ່ເປັນຄຳສັບຍັງລວມມີສັນຍາລັກທີ່ປະກອບດ້ວຍລາຍເຊັນສ່ວນບຸກຄົນ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນແບບທີ່ຂຽນດ້ວຍຕົວຫນັງສືແທ້ຫຼືເປັນແບບລວດລາຍ. ໂດຍປົກກະຕິ ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວແມ່ນມີເອກະລັກສະເພາະ.

ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນ:

[ຕົວຢ່າງໄດ້ມາຈາກເວັບໄຊຕ์: http://www.paulsmith.co.uk/uk-en/shop/]

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

1.1.1.2 ສັນຍາລັກແບບຮູບ[5]

ເຄື່ອງໝາຍແບບນີ້ປະກອບມີ ອົງປະກອບໜຶ່ງຫຼືສອງອັນທີ່ເປັນຮູບຮ່າງແບບສອງມິຕິ. ມັນສາມາດເປັນຕົວແທນຂອງສິ່ງທີ່ມີຊີວິດ (ສັດ, ດອກໄມ້, ແລະອື່ນໆ), ບຸກຄົນໃນໂລກຄວາມເປັນຈິງຫຼືບຸກຄົນທີ່ສົມມຸດຫຼືຈິນຕະນາການຂຶ້ນມາ (ຮູບຄົນເຄົ່າງຄົງ, ກາຕູນ, ຕົວລະຄອນໃນເລື່ອງ ແລະອື່ນໆ) ແລະວັດຖຸທີ່ມີຕົວຕົນໃນໂລກຄວາມເປັນຈິງຫຼືເປັນສິ່ງທີ່ໄດ້ປະດິດຫຼືສິ່ງທີ່ໄດ້ຈິນຕະນາການຂຶ້ນມາ (ດວງອາທິດ, ດວງດາວ, ພູເຂົາ, ຈານບິນ, ມັງກອນ, ແລະອື່ນໆ) ພວກມັນອາດຈະປະກອບດ້ວຍຮູບຮ່າງທີ່ເປັນລວດລາຍອັນໜ້າສົນໃຈ, ແບບບໍ່ມີຕົວຕົນທີ່ໄດ້ຈິນຕະນາການຂຶ້ນມາ ຫຼືເປັນແບບຮູບຮ່າງເລຂາຄະນິດ, ອຸປະກອນ, ຮູບພາບ, ໂລໂກ້, ຫຼືຮູບຮ່າງແບບສອງມິຕິອື່ນໆທີ່ໄດ້ສ້າງຂຶ້ນມາໂດຍມີເຈດຕະນາ.

ຮູບພາບແບບສື່ຄວາມໝາຍແລະຕົວຫນັງສືທີ່ບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ຫຼືບໍ່ມີຄວາມໝາຍໃດໆ ສຳລັບຜູ້ບໍລິໂພກລະດັບກາງໃນປະເທດທີ່ມີການຂໍຈົດທະບຽນນັ້ນ ສາມາດຖືວ່າເປັນສັນຍາລັກທີ່ເປັນແບບພາບພິດ ຫຼືເປັນອົງປະກອບທີ່ແບບພາບພິດ.

---

[5] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 4(1); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ.2(ເອ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 2 ແລະ 29; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 1.1; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 16.1, ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ์ທີ. 32, ຄູ່ມື ທີເອັມ, ຫນ້າ 4; ເອັມ ວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 3 ແລະ 10(1); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2.ເຈ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 121.1, ລະບຽບການ, ອາຣ์. 101(ເຈ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 18; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ.2(1) – 'ເຄື່ອງຫມາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ', ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 1 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ?'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 'ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ 7; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 72.1. ນອກຈາກນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.2.

ສັນຍາລັກແບບພາບພິດ ສາມາດມີສີໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍສີໄດ້ ແຕ່ມັນກໍ່ຈະບໍ່ມີຄຳສັບ, ຕົວໜັງສື, ຕົວເລກດ່ຽວ, ກຸ່ມຕົວເລກ ຫຼື ຮູບພາບສື່ຄວາມໝາຍ, ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນ:

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

[ຕົວຢ່າງຈາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າພາຍໃຕ້ອະນຸສັນຍາມາດຣິດ.
ເບິ່ງທີ່ http://www.wipo.int/edocs/madgdocs/en/2010/madrid_g_2010_52.pdf

1.1.1.3 ສັນຍາລັກແບບປະສົມ [6]

ເຄື່ອງໝາຍປະເພດນີ້ປະກອບມີຢ່າງໜ້ອຍໜຶ່ງຄຳສັບຫຼືຫລາຍຄຳສັບ, ຕົວອັກສອນ, ຕົວເລກ, ຫຼືສັນຍາລັກ, ຢ່າງໜ້ອຍມີສັນຍາລັກໜຶ່ງ, ຕົວເລກຫຼືອົງປະກອບທີ່ບໍ່ແມ່ນຄຳສັບ. ອົງປະກອບທີ່ເປັນຕົວເລກອາດຈະຖືກລວມເຂົ້າກັບອົງປະກອບຄຳສັບ. (ຕົວຢ່າງ, ຮູບດວງຕາເວັນ

[6] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 4(1); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ.2(ເອ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 2 ແລະ 29; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 1.1; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 16.1, ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ์ທີ. 32, ຄູ່ມື ທີເອັມ, ຫນ້າ 4; ເອັມ ວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 3 ແລະ 10(1); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2.ເຈ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 121.1, ລະບຽບການ, ອາຣ์. 101(ເຈ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 18; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) 'ເຄື່ອງຫມາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ', ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 1 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ ແມ່ນຫຍັງ?'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 'ເ' ແລະ 7(6); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 72.1. ນອກຈາກນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.2.

ແທນທີ່ຕົວອັກສອນ "o") ແມ່ນຕິດກັບຫຼືຊ້ອນກັນໃສ່ສ່ວນປະກອບຂອງ ຄຳ, ຫຼືເປັນພື້ນຫລັງຫຼື ກອບ.

ອົງປະກອບທີ່ບໍ່ມີການປ່ຽນແປງ (ຄຳສັບ, ຕົວເລກ, ແລະອື່ນໆ) ອາດຈະຖືກສະແດງເປັນ "ມາດຕະຖານ" ຫຼືຕົວລະຄອນພິເສດທີ່ຫນ້າຮັກ, ແລະສັນຍານອາດຈະມີສີ ໜຶ່ງ ຫຼືຫຼາຍສີ. ຍົກ ຕົວຢ່າງ:

[ຕົວຢ່າງຈາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າພາຍໃຕ້ອະນຸສັນຍາມາດຣິດ.
ເບິ່ງທີ່ http://www.wipo.int/edocs/madgdocs/en/2010/madrid_g_2010_52.pdf]

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

ຕົວຢ່າງຈາກ: https://x1rcorp.com/x1r-home/

ຕົວຢ່າງຈາກ: https://www.wd40.com/about-us

1.1.2 ສີ[7]

ສີທີ່ເປັນສີດ່ຽວ (ສີພື້ນຖານ), ຫຼືຈະເປັນສີທີ່ໄດ້ຈາກການປະສົມຂອງສອງສີຫຼືຫຼາຍສີຫຼືໂດຍທົ່ວໄປ, ເຊິ່ງອ້າງວ່າເປັນສິ່ງທີ່ແຍກຕົວເປັນເອກະລາດຈາກຮູບร่าง, ຮູບເສັ້ນ, ຫຼືອົງປະກອບຫຼືຄຸນ

ລັກສະນະອື່ນໆທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນຮູບແບບທີ່ເປັນໄປໄດ້ ນັ້ນຈະບໍ່ຕອບສະໜອງຕາມເງື່ອນໄຂຂອງຄວາມຈະແจ້ງ, ຄວາມຖືກຕ້ອງແນ່ນອນແລະຄວາມສອດຄ່ອງທີ່ຈຳເປັນສຳລັບການກຳນົດຢ່າງຈະແจ້ງກ່ຽວກັບຂອບເຂດຂອງສິ່ງທີ່ຈະຈົດທະບຽນ.

[7] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມ ຫນ້າ 18 ແລະ 21; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 1.1; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 16.1, ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ์ທີ. 17.4 ແລະ 32, ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 4; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ.13; MM ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2.ເຈ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ເອລ), ລະບຽບການ, ອາຣ์. 101(ເຈ) ແລະ ອາຣ์. 102(ເອລ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ V ຂໍ້ 5.3 ຫນ້າ 28, ແລະ ບົດ XIII ຫນ້າ 136; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) 'ເຄື່ອງຫມາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ', ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 2 'ເຄື່ອງຫມາຍສີ'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 – 'ເຄື່ອງໝາຍ', ເອັສ. 7(5) ແລະ ເອັສ. 45; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 72.1, ຫນັງສືວຽນ 001/2007, ເອັສ. 39.2.ບີ(ໄອ). ນອກຈາກນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.6, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.4.

ສະນັ້ນ, ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບດ້ວຍສີດ່ຽວໂດຍທົ່ວໄປນັ້ນ ຫຼືປະກອບດ້ວຍສອງສີຫຼືຫຼາຍສີ ທີ່ໄດ້ອ້າງໄວ້ໃນການປະສົມຫຼືຮູບແບບທີ່ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ນັ້ນ ບໍ່ສາມາດຖືວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍ ສຳລັບຈຸດປະສົງໃນການຈົດທະບຽນ. ໃນບັນຫານີ້ ໃຫ້ໄປເບິ່ງຂໍ້ຍ່ອຍ 2.1.3 ຂ້າງລຸ່ມນີ້.

ເພື່ອຈະໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ສີກໍ່ຕ້ອງໄດ້ຖືກກຳນົດໂດຍຮູບຮ່າງ ສະເພາະໃດໜຶ່ງ ຫຼືຮູບຮ່າງທີ່ມີເສັ້ນມີຂອບທີ່ໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ຢ່າງຈະແຈ້ງ. ການປະສົມຂອງສອງສີ ຂຶ້ນໄປ ຕ້ອງໄດ້ຖືກກຳນົດໂດຍຮູບຮ່າງຫຼືຮູບເສັ້ນທີ່ມີຂອບທີ່ແນ່ນອນ, ຫຼືໄດ້ຖືກລວມເຂົ້າກັນເປັນ ນຳສະເໜີທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ກ່ອນ ໃນຮູບແບບດຽວກັນແລະເປັນໜຶ່ງດຽວ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ການປະສົມສີຂອງສີເງິນ ສີທອງແດງແລະສີດຳ ທີ່ໄດ້ນຳໄປໃຊ້ຕາມພື້ນຜິວ ແລະສັດສ່ວນຕ່າງໆຂອງຜະລິດຕະພັນສະເພາະໃດໜຶ່ງ (ຖ່ານໄຟຟ້າແບບເຄມີແລະຖ່ານໄຟຟ້າທົ່ວ ໄປ) ອາດຈະເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືກຕ້ອງໃຊ້ການໄດ້ສຳລັບຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນ:

[ຕົວຢ່າງຈາກຄູ່ມືສຳລັບການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງປະເທດຟິລິບປິນ ຫນ້າ 124]

1.1.3 ສັນຍາລັກແບບຮູບສາມມິຕິ[8]

ຮູບຮ່າງສາມມິຕິແມ່ນສັນຍາລັກ ທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ ແລະມີຄວາມສາມາດທີ່ນຳໄປນຳສະເຫນີຫຼື ສະແດງໄດ້. ຖ້າໃຫ້ຂະຫຍາຍຄວາມອອກໄປອີກ ຕາມຫຼັກການແລ້ວ, ຮູບຮ່າງສາມມິຕິຄວນໄດ້ ຮັບການຍອມຮັບເພື່ອການຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ ຖ້າຫາກມັນຕອບສະຫນອງກັບຂໍ້ ກຳນົດຕ່າງໆທີ່ລະບຸໄວ້.

[8] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມ ຫນ້າ 18 ແລະ 19; ເອັລເອ ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ์ທີ. 17.5 ແລະ 32, ຄູ່ມື ທີເອັມ, ຫນ້າ 19; ເອັມເອັມ; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ເຄ), ລະບຽບການ, ອາຣ์. 101(ເຈ) ແລະ ອາຣ์. 102(ເຄ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 18, ບົດ XII; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) – 'ເຄື່ອງຫມາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ', ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 3 'ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຮູບຊົງ'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ.4 – "ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ ເອັສ. 7(10); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 72.1 ແລະ 74.2(ເອ). ນອກຈາກ ນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.3, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.1

ສຳລັບຈຸດປະສົງໃນການຈົດທະບຽນນັ້ນ, ສັນຍາລັກສາມມິຕິໃນຫມວດຫມູ່ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ອາດຈະມີຄວາມໂດດເດັ່ນ:

- ຮູບຮ່າງຂອງອຸປະກອນທີ່ຢູ່ຕິດ ຫຼື ຕິດກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼືໃຊ້ໃນການບໍລິການທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍໂດດເດັ່ນ;
- ຮູບຮ່າງທີ່ເຂົ້າໄປຢູ່ໃນ*ຕົວ*ຫຼືເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ອຸປະກອນເສີມທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະມີຄວາມໂດດເດັ່ນ;
- ຮູບຮ່າງຂອງພາຊະນະ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ການບັນຈຸແລະອື່ນໆຂອງສິນຄ້າຫຼືອຸປະກອນເສີມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການໃຫ້ບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະມີຄວາມໂດດເດັ່ນ.

1.1.3.1 ຮູບຮ່າງຂອງອຸປະກອນທີ່ຕິດກັບຜະລິດຕະພັນ

ອຸປະກອນທີ່ມີຮູບຮ່າງສາມມິຕິ ທີ່ບໍ່ລວມເຂົ້າໄປເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນ (ໝາຍຄວາມວ່າ ມັນບໍ່ແມ່ນຮູບຮ່າງຂອງຕົວຜະລິດຕະພັນເອງຫຼືສ່ວນໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນ) ຫຼືບໍ່ຢູ່ຕິດກັບຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວທັນທີ. (ມັນບໍ່ແມ່ນພາຊະນະທີ່ໃຊ້ບັນຈຸ, ບໍ່ແມ່ນການຫຸ້ມຫໍ່, ການບັນຈຸ ໆລໆ), ແຕ່ຖືກນຳໄປໃຊ້ເປັນອຸປະກອນພາຍນອກທີ່ຍຶດຕິດຫຼືເຊື່ອມຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການຢ່າງໃດໜຶ່ງ, ອາດຈະຖືກຍອມຮັບໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ ຖ້າຫາກບໍ່ມີເຫດຜົນອື່ນທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຖືກປະຕິເສດ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ການສ້າງຮູບຈຳລອງຂອງໂມງດິນຊາຍຫຼືລະຄັງຂະຫນາດນ້ອຍເພື່ອເອົາໄປຕິດຢູ່ຄໍແກ້ວເບຍ, ເອົາຕິດກັບຖັງແກ້ວໃສ່ເບຍ, ຫຼືວາງຢູ່ຕໍ່ໜ້າຮ້ານທີ່ນຳສະເຫນີຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວ, ກໍ່ສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຖືກຕ້ອງສຳລັບຜະລິດຕະພັນເບຍແລະສຳລັບການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວ.

ໃນຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນມ້າສີຂາວນ້ອຍໆທີ່ຫ້ອຍຢູ່ຂວດທີ່ບັນຈຸຜະລິດຕະພັນ ທີ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍຍີ່ຫໍ້ເພື່ອສະແດງການການຢັ້ງຢືນທາງການຄ້າ:

[ຕົວຢ່າງມາຈາກ: https://www.theliquorbarn.com/white-horse-blended-scotch- 750ml/]

1.1.3.2 ຮູບຮ່າງທີ່ຢູ່ໃນຕົວຫຼືເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງສິນຄ້າ

ຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນແມ່ນສັນຍາລັກທີ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ ແລະສາມາດສະແດງອອກມາເປັນພາບໄດ້. ຕາມຫຼັກການແລ້ວ, ຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນຄວນໄດ້ຮັບການຍອມຮັບວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນໄດ້. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນຍັງມີຄວາມຈຳເປັນສຳລັບສັນຍາລັກປະເພດນີ້ຕ້ອງປະຕິບັດຕາມຂໍ້ກຳນົດທີ່ມີທົ່ວໄປຕາມປົກກະຕິ ສຳລັບການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍອັນໃດຫນຶ່ງ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ກໍ່ແມ່ນຂໍ້ກຳນົດທີ່ເວົ້າເຖິງລັກສະນະສະເພາະ (ໃຫ້ເບິ່ງບົດທີ 2 ຂ້າງລຸ່ມນີ້).[9]

ຮູບຮ່າງທີ່ຈະຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ນັ້ນ ອາດຈະຖືກລວມເຂົ້າໄປເປັນສ່ວນໜຶ່ງໃນຜະລິດຕະພັນນຳກັນ ຫຼືບາງສ່ວນຂອງຜະລິດຕະພັນ. ຕົວຢ່າງ, ຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະຂອງທ່ອນຊັອກໂກແລັດ ກໍ່ສາມາດເຮັດໜ້າທີ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຢ່າງໜຶ່ງຂອງຊັອກໂກແລັດນີ້ໄດ້ ຖ້າຫາກມັນໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ວ່າ ເປັນຕົວຊີ້ບອກຂອງຕົ້ນກຳເນີດຫຼືທີ່ມາທາງການຄ້ານັ້ນໄດ້, ເຊິ່ງມີລັກສະນະສະເພາະທີ່ພຽງພໍແລະກໍ່ບໍ່ຕ້ອງໃຫ້ມັນເຮັດຫຍັງຕື່ມ.

[9] ໃນກໍລະນີນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງການຕັດສິນໃຈຂອງສານສູງແຫ່ງມາລາຢາ (ມາເລເຊຍ), ທີ່ເມືອງກົວລາລຳເປີ [ພະແນກການຄ້າ], ທີ່ເປັນບ່ອນລິເລີ່ມຂອງການຮ້ອງຂໍເລກທີ 224IP-49-12/2015 ໃນຄະດີລະຫວ່າງ Kraft Foods Schweiz Holding GmbH ແລະ Pendaftar Cap Dagangan ໃນວັນທີ 15 ເດືອນສິງຫາປີ 2016 ໃນ ຂໍ້ທີ 33, ເຊິ່ງໄດ້ມີການຕັ້ງເປັນກົດໄว้ວ່າ ໃນບັນດາຮູບຮ່າງອື່ນໆນັ້ນ, ຮູບຮ່າງ 3-D ສາມາດເປັນ "ເຄື່ອງໝາຍ" ເພື່ອຈຸດປະສົງທາງດ້ານກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ ໃຫ້ເບິ່ງທີ່ເວັບໄຊຕ່: http://foongchengleong.com/wordpress/wp-content/uploads/2018/09/Kraft-Foods-Schweiz-Holdings-GmbH-v-Pendaftar-Cap-Dagangan-3d.pdf

[ຕົວຢ່າງມາຈາກ: http://www.chocablog.com/reviews/toblerone/]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຮູບຮ່າງສະເພາະຂອງເຫຼັກຄັດທີ່ຢູ່ຕິດຢູ່ປາກກາ (ຫຼືເຄື່ອງມືຂຽນແບບອື່ນໆ) ກໍ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງເຄື່ອງມືສຳລັບການຂຽນ:

[ຕົວຢ່າງມາຈາກ: http://www.penhero.com/PenGallery/Parker/ParkerClassicSpacePen.htm]

1.1.3.3 ຮູບຮ່າງຂອງພາຊະນະ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ການບັນຈຸແລະອື່ນໆ

ຮູບຮ່າງຫຼືລັກສະນະຂອງພາຊະນະບັນຈຸ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ການບັນຈຸ ຫຼືການປັບສະພາບອື່ນໆ ຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍ "ທີ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ຈະແຈ້ງ" ແລະສາມາດ "ສະແດງ ອອກເປັນຮູບພາບແບບກຣາຟິກ" ໄດ້. ຕາມຫຼັກການແລ້ວ, ຮູບຮ່າງລັກສະນະ ຫຼືການປັບສະພາບ ພາຍນອກຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ຄວນໄດ້ຮັບການຍອມຮັບວ່າໃຫ້ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນກໍ່ຍັງມີຄວາມຈຳເປັນສຳລັບສັນຍາລັກນີ້ ເພື່ອໃຫ້ມັນຕອບສະໜອງ ກັບຂໍ້ກຳນົດໃນການຈົດທະບຽນຕາມແບບປົກກະຕິ. ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ຮູບຮ່າງນັ້ນຕ້ອງມີ ລັກສະນະສະເພາະແລະບໍ່ຄວນເປັນສິ່ງຫລອກລວງເພື່ອຕົບຕາຫຼືນຳໃຊ້ໄດ້ (ເບິ່ງບົດທີ 2 ທີ່ຢູ່ຂ້າງ ລຸ່ມນີ້).

ຕົວຢ່າງ, ຮູບຮ່າງຂອງພາຊະນະບັນຈຸແລະການປັບສະພາບຂອງຜະລິດຕະພັນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ອາດຈະເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຖືກຕ້ອງສຳລັບສິນຄ້າທີ່ໄດ້ບັນຈຸໄວ້ໃນພາຊະນະຫຼືພາຍໃຕ້ການ ປັບສະພາບ:

[ຕົວຢ່າງຈາກຄູ່ມືສຳລັບການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງປະເທດຟິລິບປິນ, ຫນ້າ 118]

[ຕົວຢ່າງຈາກຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 1061542 ແລະ 1061835 ຕາມລຳດັບທີ່ຍື່ນພາຍໃຕ້ອະນຸສັນຍາມາດຣິດ.
ເບິ່ງທີ່ http://www.wipo.int/edocs/madgdocs/en/2010/madrid_g_2010_52.pdf]

[ຕົວຢ່າງຈາກຄຳຮ້ອງສາກົນ ເລກທີ 9310631 ທີ່ໄດ້ຍື່ນໄວ້ພາຍໃຕ້ ອະນຸສັນຍາມາດຣິດ
[ຕົວຢ່າງຈາກສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະໂປ]

1.1.4 ສັນຍາລັກແບບເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ໂຮโลแกรม[10]

ສັນຍາລັກແບບເຄື່ອນໄຫວແລະໂຮโลแกรมນີ້ ອາດຈະຖືກຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ ໃນຂອບເຂດທີ່ມັນ "ສາມາດເບິ່ງເຫັນກັບຕາໄດ້" ແລະສາມາດ "ສະແດງເປັນພາບແບບກຣາຟິກ" ໄດ້ອີກດ້ວຍ.

ເຄື່ອງໝາຍແບບ*ເຄື່ອນໄຫວ* ຫຼືເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວກັບການເຄື່ອນໄຫວນັ້ນ ທີ່ເປັນຄລິບວິດີໂອຫຼືຮູບເງົາສັ້ນທີ່ໃຊ້ເພື່ອຈຳແນກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໃນແງ່ຂອງການສື່ສານ ເຊັ່ນຕົວຢ່າງວ່າການສື່ສານດ້ວຍການເບິ່ງຫຼືດ້ວຍວິດີໂອໃນທີ່ສາທາລະນະ. ພວກມັນບໍ່ສາມາດນຳເອົາໄປຕິດກັບຜະລິດຕະພັນດ້ວຍຕົວມັນເອງ ແຕ່ມັນສາມາດຖືກນຳໄປໃຊ້ເພື່ອຈຳແນກຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນແບບດິຈິຕອນ ແລະການບໍລິການໃນອຸປະກອນແບບພິກພາ: ໂທລະສັບມືຖື, ການບໍລິການທີ່ໃຊ້ອິນເຕີເນັດແລະອື່ນ.

ສິ່ງທີ່ຈະນຳສະເໜີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນຕົວຢ່າງບາງອັນຂອງເຄື່ອງໝາຍແບບການເຄື່ອນໄຫວທີ່ໄດ້ໄປຈົດທະບຽນຢູ່ທີ່ສິງກະ�โปโດຍໄດ້ຄັດຕິດບົດອະທິບາຍໃນຄຳຮ້ອງ:

ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ໝາຍເລກ. T0501368G, T0501369E ແລະT051370I

<u>ບົດອະທິບາຍເຄື່ອງໝາຍ:</u>
ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຈະອະທິບາຍນີ້ ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີການເຄື່ອນໄຫວເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍຮູບພາບການເຄື່ອນໄຫວຂອງມືຜູ້ຊາຍແລະມືຂອງເດັກນ້ອຍເຊິ່ງປະກົດເປັນຮູບຕໍ່ເນື່ອງ 4 ຮູບ ດັ່ງທີ່ໄດ້ສະແດງໃນ

[10] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 1.1; ເຄເຣັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 2(ເອ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 3.9, 16.1; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 10(1)(ອີ); ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 121.1; ເອັສຈີ ເອຊີທີ ເອັສ. 2(1) – 'ເຄື່ອງຫມາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ', ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 1 "ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ" ຫນ້າ 13; ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 72.1. ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.8 ແລະ 9.10.1 ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.6 ແລະ 2.8.

ຮູບແບບຂອງການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນີ້, ໃນບ່ອນທີ່ມືຂອງຜູ້ຊາຍແລະມືຂອງເດັກນ້ອຍຈະປະສານເຂົ້າຫາກັນໃນຮູບພາບທີ່ສະແດງຢູ່ທັງເບື້ອງຊ້າຍແລະເບື້ອງຂວາຂອງແຖວເທິງ, ແລະມືຂອງຜູ້ຊາຍໄດ້ແຕະແລະຈັບມືຂອງເດັກນ້ອຍຕາມຮູບພາບທີ່ສະແດງຢູ່ໃນຮູບເບື້ອງຊ້າຍແລະຂວາຂອງແຖວລຸ່ມຕາມລຳດັບ.

ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ໝາຍເລກ. T111192

<u>ຄຳອະທິບາຍເຄື່ອງໝາຍ:</u>

ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຈະອະທິບາຍນີ້ ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີການເຄື່ອນໄຫວເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍຮູບພາບການເຄື່ອນໄຫວຂອງຂວດສີດສະເປຣຍ່ທີ່ມີຫົວສີດສີຟ້າອ່ອນ ໂດຍມີຝາຂອງຈັກຊັກເຄື່ອງທີ່ມີຝາເປີດປິດທາງໜ້າ ປາກົດຢູ່ທີ່ຕົວຂອງຂວດສີດ ໃນບ່ອນທີ່ມີສິ່ງທີ່ຄ້າຍຄືປະຕູຈັກຊັກເຄື່ອງເປີດອອກໂດຍອັດຕະໂນມັດ, ມີການປ່ອຍນ້ຳ ແລະເຄື່ອງໃຊ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜ້ານັ້ນຜ່ານທາງປະຕູ, ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍເສື່ອນອນສີຂີ້ເຖົ່າ, ໝອນ, ຜ້າເຊັດໂຕສີຟ້າ, ເສື້ອສີດຳ, ເສື້ອໃສ່ເຮັດວຽກສີຂາວ, ກະລາວັດລາຍຂວາງ, ໂຊຟາສີນ້ຳຕານ, ໝີສີນ້ຳຕານແລະເກີບສີຂາວຄູ່ໜຶ່ງ ທີ່ໄດ້ທະຍອຍອອກມາຕາມລຳດັບທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ ໂດຍເລີ່ມຕົ້ນຈາກຮູບເບື້ອງຊ້າຍທາງເທິງ, ເຄື່ອນຍ້າຍຂ້າມແຖວໄປທາງຂວາ, ກັບຄືນລົງໄປທີ່ແຖວຊ້າຍທາງລຸ່ມ, ແລະກ້າວໄປທາງຂວາມືອີກເທື່ອໜຶ່ງ, ເຊິ່ງສິ້ນສຸດລົງໃນຮູບທີ່ຢູ່ມຸມຂວາທາງລຸ່ມ.

[ຕົວຢ່າງໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະ�โป]

ໂຮโลแกรม ແມ່ນສັນຍາລັກແບບໜຶ່ງທີ່ສະແດງອອກມາເປັນຮູບພາບທີ່ໃຫ້ເຫັນສັນຍາລັກນັ້ນໃນມຸມມອງແບບສາມມິຕິ, ເຊິ່ງມັນຂຶ້ນກັບວ່າຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນໃນມຸມໃດຂອງຕົວສັນຍາລັກ. ໃນການນຳໃຊ້ຕົວຈິງ, ພວກມັນສະແດງອອກໃນລັກສະນະຮູບສັນຍາລັກແບບສອງມິຕິ ທີ່ມີການເຄື່ອນໄຫວ

1.1.5 ເຄື່ອງໝາຍກ່ຽວກັບ ຕຳແໜ່ງ [11]

ເຄື່ອງໝາຍ "ຕຳແໜ່ງ" ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຮູບຮ່າງ, ມີການປະສົມປະສານ, ມີສີສັນຫຼື ເປັນພາບສາມມິຕິທີ່ນຳໃຊ້ກັບສ່ວນໃດໜຶ່ງ ຫຼືຕຳແໜ່ງໃດໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍ ໃຫ້ການຈຳແນກ. ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະຖືກວາງຢູ່ທີ່ຕຳແໜ່ງບ່ອນດຽວຂອງຕົວສິນຄ້າທີ່ ໃນຂະ ໜາດປົກກະຕິຫຼືມີອັດຕາສ່ວນທີ່ເໝາະສົມເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າກັບຂະໜາດຂອງສິນຄ້າ.

ນັກກວດສອບຈະຕ້ອງຄັດຄ້ານການຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນທີ່ໄດ້ຮ້ອງຂໍເລື່ອງຕຳແໜ່ງທີ່ ຕັ້ງໃນຕົວຜະລິດຕະພັນທີ່ຂໍໃນຂອບເຂດທີ່ກວ້າງເກີນໄປແລະພ້ອມກັນນັ້ນກໍ່ໃຫ້ປະຕິເສດກັບການ ນຳໃຊ້ຕຳແໜ່ງທີ່ຕັ້ງດັ່ງກ່າວ. ທີ່ຕັ້ງທັງໝົດ ທີ່ຢູ່ຕາມຕົວຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ທີ່ຈະມີເຄື່ອງໝາຍໄປ ຕິດໃສ່ ກໍ່ແມ່ນສາມາດເຮັດໄດ້ ແລະໃນຕົວຈິງແລ້ວ ການລະບຸຕຳແໜ່ງຂອງພວກເຂົາເພື່ອໃຫ້ເປັນ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ມັນຈະໄປແຊກແຊງລົບກວນການດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າແລະ ອຸດສາຫະກຳ ທີ່ມີຕາມປົກກະຕິ. ສະນັ້ນ, ມັນຈຳເປັນຕ້ອງມີຕຳແໜ່ງທີ່ແມ່ນບ່ອນທີ່ຈະຕິດເຄື່ອງ ໝາຍການຄ້ານັ້ນ ໂດຍບໍ່ໃຫ້ຖືກແຊກແຊງລົບກວນ. ຕຳແໜ່ງເຫຼົ່ານີ້ຕ້ອງມີປະໄວ້ຢູ່ຢ່າງເສລີ ກໍ່ເພື່ອ ໃຫ້ໂອກາດແກ່ຄູ່ແຂ່ງທາງທຸລະກິດທັງໝົດໄດ້ນຳໃຊ້.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຮູບຮ່າງ, ມີການປະສົມປະສານ, ມີສີສັນຫຼືເປັນພາບ ສາມມິຕິນັ້ນ ອາດຈະຖືກນຳໄປຈົດທະບຽນໂດຍມີ *ຂໍ້ຈຳກັດ* ໃນການຈັດວາງຫຼືໃນເລື່ອງຂອງທີ່ຕັ້ງ ໃນຕົວສິນຄ້າ ຕາມທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນຄຳຮ້ອງ ຖ້າຫາກຜູ້ຮ້ອງຂໍ ໄດ້ຈຳກັດຕຳແໜ່ງຂອງສັນຍາລັກໄວ້ ໃຫ້ກັບບ່ອນໃດໜຶ່ງໂດຍສະເພາະກັບຕົວຜະລິດຕະພັນນັ້ນແລ້ວ, ຂໍ້ຈຳກັດນີ້ກໍ່ບໍ່ຄວນເປັນສາເຫດ ຂອງການທີ່ຈະຖືກຄັດຄ້ານ. ສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ທີ່ມີຈຸດປະສົງທີ່ຈະນຳໄປໃຊ້ຕິດທີ່ພື້ນທີ່ ຂອງຕົວສິນຄ້ານັ້ນ ຕ້ອງຕອບສະໜອງຕາມຂໍ້ກຳນົດທີ່ຈຳເປັນສຳລັບການຈົດທະບຽນ.

ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ສັນຍາລັກທີ່ມີຂໍ້ຈຳກັດໃນເລື່ອງພື້ນທີ່ທີ່ຈະນຳໄປຕິດໃສ່ສິນຄ້ານັ້ນ ຕ້ອງມີ *ລັກສະນະສະເພາະ* ຢ່າງພຽງພໍສຳລັບສິນຄ້າ (ຫຼືການບໍລິການ). ສັນຍາລັກຕ້ອງເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ ສຳລັບຜູ້ຄົນທົ່ວໄປທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນຖານະທີ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ບົ່ງບອກແຫຼ່ງກຳເນີດຂອງສິນຄ້າ, ແທນທີ່ຈະເປັນພຽງແຕ່ອົງປະກອບຂອງການອອກແບບຫຼືການຕົກແຕ່ງຜະລິດຕະພັນ. ຍິ່ງໄປກວ່າ ນັ້ນ, ຄຸນລັກສະນະຂອງສັນຍາລັກທີ່ຕ້ອງການແລະຂໍ້ຈຳກັດເລື່ອງຕຳແໜ່ງທີ່ຕັ້ງ ກໍ່ຕ້ອງໃຫ້ມີຄວາມ ຊັດເຈນຈາກຕົວຢ່າງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍື່ນມາ (ເບິ່ງຂໍ້ 2 ທາງລຸ່ມ).

[11] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.4 ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.2

ສີທີ່ເປັນສີດ່ຽວ ທີ່ຖືກນຳໄປໃຊ້ສຳລັບພາກສ່ວນໃດໜຶ່ງ (ທີ່ຕັ້ງ) ຂອງຜະລິດຕະພັນ ໄດ້ພົບເຫັນວ່າ ມັນຂາດລັກສະນະສະເພາະໃນກໍລະນີທີ່ປາຍຂອງຖົງຕີນແມ່ນເປັນສີສົ້ມ (ເບິ່ງຂ້າງລຸ່ມ) EUIPO ປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຂອງອຸປະກອນດັ່ງກ່າວ ເນື່ອງຈາກເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ່ງ, ໂດຍສະເພາະ, ເຄື່ອງໝາຍຈະຖືກຮັບຮູ້ໂດຍ

ບັນດາຜູ້ຄົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງວ່າເປັນການນຳສະເໜີຜະລິດຕະພັນໂດຍການພິຈາລະນາກ່ຽວກັບຄວາມງາມຫຼືຄວາມທີ່ມັນເປັນປະໂຫຍດໃນການນຳໃຊ້. ການໃສ່ສີທີ່ປາຍຖົງຕີນອາດສະແດງເຖິງຄຸນສົມບັດທີ່ເປັນປະໂຫຍດໃນການໃຊ້ຖົງຕີນນັ້ນ, ໂດຍສະເພາະອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການຊົມໃຊ້. ຜູ້ຄົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງອາດຈະບໍ່ມີຄວາມຄຸ້ນເຄີຍ ວ່າການໃສ່ສີທີ່ປາຍຖົງຕີນນັ້ນ ແມ່ນການສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງທີ່ມາຂອງສິນຄ້າ. ເພາະສະນັ້ນ, ອຸປະກອນດັ່ງກ່າວ ຈຶ່ງບໍ່ມີເອກະລັກສະເພາະ. ສານຍຸຕິທຳເອີຣົບຈຶ່ງໄດ້ຮັບຮອງເອົາຄຳຕັດສິນດັ່ງກ່າວ[12]

ນອກຈາກນັ້ນ ກໍ່ຍັງມີຄຳຖາມກ່ຽວກັບລັກສະນະສະເພາະໃນກໍລະນີຂອງ Margarete Steiff GmbH ແລະ EUIPO (ກໍລະນີຂອງ "STEIFF") EUIPO ໄດ້ປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວກັບ "ຕຳແໜ່ງ" ທີ່ປະກອບດ້ວຍປຸ່ມໂລຫະທີ່ວາງໄວ້ຢູ່ໃຈກາງຂອງຫູຂອງສັດທີ່ເປັນເຄື່ອງຫຼິ້ນທີ່ອ່ອນນຸ້ມ (ເຊັ່ນ: ຕຸກກະຕາໝີ ຫຼື ໝາ) ພົບວ່າອຸປະກອນ (ປຸ່ມໂລຫະ) ທີ່ຢູ່ໃຈກາງຫູຂອງເຄື່ອງຫຼິ້ນນັ້ນ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມໝາຍ. ຜູ້ຄົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຈະບໍ່ຖືວ່າອຸປະກອນດັ່ງກ່າວເປັນສັນຍາລັກຂອງແຫຼ່ງຕົ້ນ ກຳເນີດທາງການຄ້າ ແຕ່ພວກມັນເປັນພຽງສ່ວນໜຶ່ງ ຂອງຮູບລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືລັກສະນະປະດັບຕົກແຕ່ງຂອງອຸປະກອນທີ່ກ່າວໄວ້. ປຸ່ມທີ່ຕິດກັບເຄື່ອງຫຼິ້ນທີ່ອ່ອນນຸ້ມນັ້ນແມ່ນຄຸນລັກສະນະທຳມະດາຂອງສິນຄ້າປະເພດນີ້ແລະຜູ້ບໍລິໂພກຈະບໍ່ຖືວ່າມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ສານຍຸຕິທຳເອີຣົບສະໜັບສະໜູນການຕັດສິນຂອງ EUIPO.[13]

---

[12] ການຕັດສິນຂອງສານຍຸຕິທຳເອີຣົບ, 15 ມີຖຸນາ 2010 ຄະດີ T-547/08 (“ຖົງຕີນປາຍສີສົ້ມ”) ເບິ່ງ http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=79459&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=332038.

[13] ການຕັດສິນຂອງສານຍຸຕິທຳເອີຣົບ, ວັນທີ 16 ມັງກອນ 2014, ຄະດີ T-433/12 (ຄະດີ "STEIFF") ເບິ່ງ

[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://www.steiffbaby.co.uk/wp-content/uploads//2011/08/My_First_Steiff_Teddy_Bear_664120.jpg and from http://www.corfebears.co.uk/osp-3593.php

ລຸ່ມນີ້ແມ່ນຕົວຢ່າງບາງອັນທີ່ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນແລ້ວດ້ວຍຂໍ້ຈຳກັດທີ່ກ່ຽວກັບ "ຕຳແໜ່ງ" ຂອງອົງປະກອບບາງຢ່າງທີ່ໂດດເດັ່ນ:

ສຳລັບເຄື່ອງນຸ່ງແລະເຄື່ອງນຸ່ງກີລາ
[ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟີລິບປິນ]

http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=146427&pageIndex=0&doclang=FR&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=330342.

ສຳລັບດອກໄຟກົນ
[ຈາກການຈົດທະບຽນຂອງ EUIPO CTM ເລກທີ 3799574]

ສຳລັບເຄື່ອງຈັກແລະພາຫະນະດ້ານກະສິກຳ
[ຈາກການຈົດທະບຽນຂອງ EUIPO CTM ເລກທີ 9045907]

1.2 ສັນຍາລັກທີ່ເບິ່ງບໍ່ເຫັນ - ຕົວຢ່າງເຄື່ອງໝາຍ

ຖ້າຫາກກົດໝາຍບໍ່ຈຳກັດການຈົດທະບຽນໃຫ້ສະເພາະສັນຍາລັກທີ່ "ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້" ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ສັນຍາລັກໃດໆກໍ່ແລ້ວແຕ່ ທີ່ສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ໂດຍປະສາດສຳຜັດຫຼື ຄວາມຮູ້ສຶກພື້ນຖານຂອງມະນຸດນັ້ນ (ເຊັ່ນວ່າ ການໄດ້ເຫັນ, ໄດ້ຍິນ, ໄດ້ກິ່ນ, ການສຳຜັດແລະລົດ ຊາດ), ຕາມຫຼັກການແລ້ວ, ອາດຈະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ; ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ ໃນ ກໍລະນີທີ່ຍອມຮັບເອົາສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນນັ້ນ ໃຫ້ຈົດທະບຽນໄດ້ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອວ່າສັນຍາລັກ ນັ້ນສາມາດສະແດງໃຫ້ເຫັນໄດ້ຢ່າງເຫມາະສົມດ້ວຍການນຳໃຊ້ຮູບແບບຫຼືເຕັກໂນ�โลຢີທີ່ມີຢູ່ທົ່ວ ໄປ.

ຕົວຢ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ບໍ່ສາມາດທົດແທນໄດ້ໂດຍຄຳອະ ທິບາຍທີ່ເປັນລາຍລັກ ອັກສອນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຜູ້ຮ້ອງຂໍອາດຈະໃຫ້ຄຳອະທິບາຍກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ໃນ ກໍລະນີນີ້, ຄຳອະທິບາຍຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບຕົວຢ່າງເຄື່ອງໝາຍ.

ເຖິງແມ່ນການນຳສະເໜີ ຫຼື ຕົວຢ່າງເຄື່ອງໝາຍຈະແມ່ນຂໍ້ກຳນົດຢ່າງເປັນທາງການສຳລັບ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍໃດໜຶ່ງ, ລວມທັງເຄື່ອງໝາຍທີ່ສັງເກດເຫັນໄດ້, ໃນກໍລະນີທີ່ສັນຍາ

ລັກນັ້ນ ບໍ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້, ຕົວຢ່າງຂອງສັນຍາລັກນັ້ນແມ່ນ ສິ່ງທີ່ຈຳເປັນ. ສະນັ້ນ, ການຕັດສິນໃຈທີ່ຈະອະນຸຍາດຫຼືປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ເຫັນນັ້ນ ຈະມີຜົນຈາກຕົວຢ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍ. [14]

ຖ້າຫາກສັນຍາລັກບໍ່ສາມາດສະແດງອອກໃນລັກສະນະທີ່ໜ້າພໍໃຈໄດ້ນັ້ນ, ການຈົດທະບຽນຂອງສັນຍາລັກນັ້ນຈະຕ້ອງຖືກປະຕິເສດ. ການປະຕິບັດຕາມກົດລະບຽບຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍທີ່ກຳນົດເງື່ອນໄຂສຳລັບ "ຕົວຢ່າງເຄື່ອງໝາຍ" ນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນສິ່ງທີ່ຈຳເປັນ.

ຕົວຢ່າງສັນຍາລັກທີ່ຂໍໃຫ້ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ຄວນມີ *ຄວາມຈະແຈ້ງ, ແນ່ນອນ, ມີເນື້ອໃນຂອງຕົວເອງ, ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ, ເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍ, ທົນທານແລະຢ່າງມີຈຸດປະສົງ.*[15] ວິທີການທີ່ໃຊ້ໃນການສະແດງນັ້ນ ຄວນມີຄວາມຫມັ້ນຄົງ ບໍ່ສັບສົນ ທີ່ອາດຈະປ່ຽນແປງໄປຕາມການເວລາຫຼືການຕີຄວາມໝາຍໃນຫລາຍວິທີການທີ່ແຕກຕ່າງກັນໄປ, ຈະບໍ່ໃຫ້ມີການອອກແບບເຄື່ອງໝາຍແບບເປັນກາງແລະແບບບໍ່ຍຸດຕິທຳ. ຄວາມບໍ່ແນ່ນອນນີ້ ຈະສ້າງຄວາມບໍ່ແນ່ນອນໃນດ້ານກົດໝາຍໃຫ້ເກີດຂຶ້ນ ສຳລັບເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະຄູ່ແຂ່ງນຳ.

ເພື່ອໃຫ້ສິ່ງນີ້ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບ, ຮູບກຣາຟິກຫຼືການສະແດງອື່ນໆຂອງສັນຍາລັກນັ້ນຕ້ອງມີຄວາມຊັດເຈນພຽງພໍເພື່ອທີ່ຈະ ເຂົ້າໃຈໄດ້ຢ່າງເຕັມທີ່ກ່ຽວກັບຄຸນສົມບັດຂອງເຄື່ອງໝາຍ ແລະຂອບເຂດຂອງສິ່ງທີ່ຕ້ອງອ້າງສິດແລະຕ້ອງການປົກປ້ອງໂດຍການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ. ຕົວຢ່າງນັ້ນ ກໍ່ຕ້ອງຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ກວດສອບລວມທັງອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ມີອຳນາດສາມາດແລະຄົນທົ່ວໄປສາມາດຕັດສິນໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງແລະຊັດເຈນວ່າ ມັນແມ່ນຕົວຢ່າງທີ່ກວມເອົາເຄື່ອງໝາຍທີ່ຕ້ອງການຈົດທະບຽນ.[16]

ໜ້າທີ່ຂອງຕົວຢ່າງແມ່ນການກຳນົດເຄື່ອງໝາຍເພື່ອກຳນົດຫົວຂໍ້ທີ່ຈະແຈ້ງທີ່ຈະກວມລວມ

---

[14] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4(1); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) – 'ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ', ຄູ່ມືທີເອັມ ບົດ1 'ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ', ຫນ້າ 11. ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 1.3.

[15] ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້, ມາດຕາ 3(1) ຂອງ EUTMIR ໄດ້ໃຫ້ຂໍ້ມູນວ່າ:

1. ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຈະຕ້ອງສະແດງອອກໃນຮູບແບບທີ່ເໝາະສົມໂດຍການນຳໃຊ້ເຕັກໂນ�โลຢີທີ່ມີຢູ່ທົ່ວໄປ ຕາບໃດທີ່ມັນສາມາດເຮັດຫຼືຜະຫລິດຂຶ້ນຄືນມາໃໝ່ໃນການຈົດທະບຽນດ້ວຍຮູບແບບທີ່ຊັດເຈນ, ແນ່ນອນ, ມີເນື້ອໃນ, ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ, ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈ, ທົນທານແລະມີຈຸດປະສົງເພື່ອໃຫ້ຫນ່ວຍງານແລະປະຊາຊົນຄົນທົ່ວໄປສາມາດພິຈາລະນາດ້ວຍຄວາມຈະແຈ້ງແລະແນ່ນອນກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງທີ່ໄດ້ຕອບສະໜອງໃຫ້ແກ່ເຈົ້າຂອງກຳມະສິດ

[16] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 1.3

ເອົາທັງການຈົດທະບຽນ. ຂໍ້ມູນນີ້ກໍ່ຕ້ອງເປັນແບບຖາວອນ ແລະ ມີຈຸດປະສົງເພື່ອໃຫ້ສາມາດ ກຳນົດຂອບເຂດການຈົດທະບຽນສາມາດໄດ້ຢ່າງແນ່ນອນໃນອະນາຄົດໃນໄລຍະເວລາຂອງການ ຈົດທະບຽນ.

ໃນກໍລະນີທີ່ມີການສະແດງຮູບພາບແບບກຣາຟິກນັ້ນ, ມັນຈະຕ້ອງຖືກສະແດງອອກແລະ ນຳສະເໜີໃຫ້ເບິ່ງເຫັນໄດ້ໃນ *ແບບຮູບພາບສອງມິຕິ.* ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ ຕົວຢ່າງຕ້ອງໄດ້ເຮັດ ໂດຍໃຫ້ໃຊ້ຕົວອັກສອນພິມ ຫຼື ພິມອອກໄດ້ ຫຼື, ຮູບພາບ, ຮູບທີ່ມີເສັ້ນມີຂອບ ແລະອື່ນໆໃສ່ໃນ ເຈ້ຍຫຼືໃນຮູບແບບທີ່ພິມອອກໃສ່ໃນເຈ້ຍໄດ້.

ຕົວຢ່າງຫຼືນຳສະເໜີທີ່ແທ້ຈິງນັ້ນ ແມ່ນຂຶ້ນກັບລັກສະນະຂອງເຄື່ອງໝາຍ ແລະຄວາມ ຮູ້ສຶກທີ່ຈະຮັບຮູ້ເຄື່ອງໝາຍ. ກົດລະບຽບຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນໃຊ້ເພື່ອຕັດສິນໃຈວ່າ ການເປັນຕົວແທນນັ້ນ ແມ່ນພຽງພໍແລ້ວຫຼືບໍ່ ແລະຄວນຍອມຮັບວ່າ ສັນຍາລັກນັ້ນເປັນແບບທີ່ເບິ່ງບໍ່ເຫັນ ເຊັ່ນສັນຍາລັກ ທີ່ຕ້ອງຮັບຮູ້ດ້ວຍສຽງ, ກິ່ນ, ລົດຊາດ ແລະ ການສຳຜັດຈັບຕ້ອງ.

<u>1.2.1 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ດ້ວຍການໄດ້ຍິນ</u>

ຖ້າສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວປະກອບດ້ວຍທຳນອງສຽງ, ສຽງກະດິ່ງ, ສຽງທີ່ມີໂທນສຽງຕ່າງໆ, ສຽງເພງ,ຫຼື ສຽງດົນຕີອື່ນໆທີ່ສາມາດສະແດງອອກຢ່າງຈະແจ້ງແລະແນ່ນອນໂດຍໃຊ້ໂນດເພງ ເຄື່ອງດົນຕີນັ້ນໄດ້, ກໍ່ຈະຕ້ອງສົ່ງສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວໄປກັບຄຳຮ້ອງ ແລະມັນກໍ່ຖືວ່າພຽງພໍແລ້ວທີ່ຈະ ໃຫ້ປະຕິບັດໄດ້ຕາມຂໍ້ກຳນົດຂອງເຄື່ອງໝາຍ.[17]

ຖ້າຫາກສັນຍາລັກປະກອບດ້ວຍສຽງທີ່ບໍ່ແມ່ນສຽງດົນຕີຫຼືສຽງລົບກວນ ທີ່ບໍ່ສາມາດ ສະແດງອອກຢ່າງຈະແจ້ງແລະບໍ່ຖືກຕ້ອງກັບໂນດເພງ ແລະສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ ຈົດທະບຽນພາຍໃຕ້ກົດໝາຍແລ້ວ, ຜູ້ກວດສອບກໍ່ອາດຈະຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການສະແດງຮູບພາບ ແບບກຣາຟິກ ທີ່ປະກອບດ້ວຍ sonogram [18] , sonograph [19] ຫຼື oscillogram [20] ພ້ອມ

---

[17] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ໄອດີ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 1.1; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1), ຄູ່ມື ທີເອັມບີດ 1 'ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ ', ຫນ້າ 11; ທີເຣັຊ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 4 'ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ ເອັສ. 7(11). ນອກຈາກນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາ ຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.7, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.5.

[18] "sonogram" ແມ່ນເສັ້ນສະແດງຂອງສຽງທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນການກະຈາຍພະລັງງານໃນຄວາມຖີ່ທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ເບິ່ງທີ່ http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sonogram?q=sonogram

[19] "sonograph" ແມ່ນການສະແດງກຣາຟິກຂອງຄວາມຖີ່ຂອງສ່ວນປະກອບຂອງສຽງ. ເບິ່ງທີ່ http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sonography?q=sonograph#sonography 6

[20] "oscillogram" ແມ່ນການບັນທຶກທີ່ສ້າງຂຶ້ນໂດຍເຄື່ອງ oscilloscope, ທີ່ເປັນອຸປະກອນສຳ ລັບການບັນທຶກການສັ່ນໄກວ

ດ້ວຍໄຟລ໌ສຽງເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ (ໄຟລ໌ການບັນທຶກສຽງໃນຮູບແບບ MP3) ທີ່ສົ່ງໂດຍການຍື່ນແບບເອເລັກໂຕຣນິກ ຫຼື ໃນຮູບແບບເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ເປັນມາດຕະຖານ.[21]

ຕົວຢ່າງເຄື່ອງໝາຍ ສຽງ ໃນຮູບແບບອື່ນໆນັ້ນ ບໍ່ຄວນຖືວ່າມັນເປັນການສະແດງຮູບກຣາຟິກທີ່ຈະແຈ້ງພຽງພໍແລ້ວ. ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ, ການຂຽນຄຳອະທິບາຍກ່ຽວກັບສຽງຫຼືສຽງລົບກວນ, ຫຼື ຄຳອະທິບາຍທີ່ໃຊ້ຄຳສັບເພື່ອລຽນແບບສຽງ (onomatopoeia) ຈະບໍ່ເປັນທີ່ຍອມຮັບໄດ້. ດ້ວຍເຫດວ່າ ຄຳອະທິບາຍຕ່າງໆທີ່ເປັນລາຍລັກອັກສອນນັ້ນ ລ້ວນແຕ່ສາມາດຕີຄວາມໝາຍໄດ້ຂອງສຽງນັ້ນໄປໄດ້ຫລາຍແບບແລະຫລາຍຂອບເຂດທີ່ຕ່າງກັນແລະບຸກຄົນທີ່ຕ່າງກັນອີກ, ສະນັ້ນມັນຈຶ່ງບໍ່ສາມາດທີ່ຈະສະແດງກ່ຽວກັບສຽງນັ້ນ ໃຫ້ອອກມາໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງແລະຖືກຕ້ອງ.[22]

1.2.2 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍກິ່ນ

ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍກິ່ນນັ້ນ (ເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວກັບກິ່ນ ຫຼືເຄື່ອງໝາຍກິ່ນ) ບໍ່ສາມາດສະແດງໃຫ້ເຫັນເປັນຮູບພາບແບບກຣາຟິກຫຼືໃນລັກສະນະທີ່ໃຫ້ເຫັນໄດ້ຊັດເຈນ, ທີ່ເຂົ້າເຖິງງ່າຍ, ທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍ, ທົນທານແລະມີຈຸດປະສົງເປົ້າໝາຍ.

ສູດທາງເຄມີທີ່ຂຽນເປັນລາຍລັກອັກສອນທີ່ບົ່ງບອກເຖິງຕົວສານເຄມີທີ່ເຮັດໃຫ້ມີກິ່ນຫຼືກິ່ນສະເພາະໃດໜຶ່ງນັ້ນ ແມ່ນຈະບໍ່ສາມາດເຮັດໃຫ້ນັກກວດສອບຫຼືບຸກຄົນທີທີສາມສາມາດກຳນົດກິ່ນນັ້ນໄດ້ເລີຍ. ເນື່ອງຈາກມັນຂາດການ“ເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ” ເນື່ອງຈາກມັນເປັນສານເຄມີທີ່ມັນຕ້ອງຖືກຜະລິດອອກມາທຸກໆຄັ້ງ ເມື່ອຕ້ອງການໃຫ້ມີການການປຽບທຽບ.

ຕົວຢ່າງທາງກາຍະພາບຂອງວັດຖຸທີ່ເຮັດໃຫ້ເກີດມີກິ່ນນັ້ນ ບໍ່ແມ່ນຕົວຢ່າງທີ່ໃຫ້ເຫັນເປັນຮູບພາບແບບ "ກຣາຟິກ" ແລະໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວມັນບໍ່ໝັ້ນຄົງແລະທົນທານ. ສຳນັກງານເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນບໍ່ມີເຄື່ອງມືແລະຄວາມພ້ອມໃນການຮັບເອົາແລະຈັດເກັບຮັກສາຕົວຢ່າງຫຼືວັດຖຸດັ່ງກ່າວ, ສະນັ້ນເມື່ອມັນເປັນການຂາດການເຂົ້າເຖິງເຄື່ອງໝາຍແບບນີ້ ກໍ່ຖືວ່າເປັນອຸປະສັກເຊັ່ນກັນ.

(oscillations) ຂອງຄວາມຖີ່ ໂດຍສະເພາະຂອງກະແສໄຟຟ້າ. ເບິ່ງ ທີ່http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/oscillograph?q=oscillograph

[21] ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.7, ແລະ ຫມວດ 4, ຂໍ້ 2.5.

[22] ເບິ່ງ ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 1 “ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ”, ຫນ້າ 11. ແລະ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.5. ແລະ ຫມວດ 4, ຂໍ້ 2.5.

ຄຳອະທິບາຍທີ່ເປັນລາຍລັກອັກສອນທີ່ກ່ຽວກັບກິ່ນບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນຕົວຢ່າງຂອງກິ່ນໄດ້ ເພາະວ່າຄຳອະທິບາຍແບບນີ້ຈະພາໃຫ້ມີການຕີຄວາມໝາຍແບບສ່ວນບຸກຄົນທີ່ຕ່າງກັນແລະດັ່ງນັ້ນ ມັນຈຶ່ງບໍ່ສາມາດຊ່ວຍສະແດງເຖິງກິ່ນໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນແລະຖືກຕ້ອງ.

ມາຮອດປະຈຸບັນນີ້, ບໍ່ມີທັນມີການຈັດໝວດຂອງກິ່ນທີ່ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບຈາກສາກົນ ທີ່ຈະສາມາດນຳໄປໃຊ້ເພື່ອຈຸດປະສົງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ[23]

ດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ, ນັກກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຄວນປະຕິເສດທີ່ຈະຍອມຮັບຫຼືດຳເນີນການກັບຄຳ ຮ້ອງຂໍການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃດໆກໍ່ຕາມທີ່ ໃຫ້ການຮັບຮູ້ດ້ວຍກິ່ນ.

1.2.3 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍລົດຊາດ

ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍລົດຊາດ (ເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວກັບລົດຊາດ ຫຼືເຄື່ອງໝາຍລົດຊາດ) ບໍ່ສາມາດສະແດງໃຫ້ເຫັນເປັນຮູບພາບແບບກຣາຟິກຫຼືໃນລັກສະນະທີ່ໃຫ້ເຫັນໄດ້ຊັດເຈນ, ທີ່ເຂົ້າ ເຖິງງ່າຍ, ທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍ, ທົນທານແລະມີຈຸດປະສົງເປົ້າໝາຍ.

ການຄັດຄ້ານອັນດຽວກັນທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ໃນຂໍ້ຍ່ອຍ 1.2.2 ຂ້າງເທິງກ່ຽວກັບສັນຍາລັກ ທີ່ຮັບ ຮູ້ໄດ້ດ້ວຍ ກິ່ນ ຄວນຈະຖືກຍົກຂຶ້ນມາທຽບໃສ່ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ລົດຊາດ.[24]

ນັກກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຄວນປະຕິເສດທີ່ຈະຍອມຮັບຫຼືດຳເນີນການກັບຄຳຮ້ອງຂໍ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃດໆກໍ່ຕາມທີ່ໃຫ້ການຮັບຮູ້ດ້ວຍລົດຊາດ.

1.2.4 ສັນຍາລັກທີ່ຮັບຮູ້ໄດ້ດ້ວຍສຳຜັດ

ສັນຍາລັກທີ່ສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ໂດຍການສຳຜັດ (ເຄື່ອງໝາຍສຳຜັດ) ສາມາດຖືກນຳໄປໃຊ້ ເພື່ອຈຳແນກຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທີ່ສະເໜີໃຫ້ແກ່ກັບຄົນພິການທາງສາຍຕາໂດຍ ສະເພາະ, ເຖິງແມ່ນວ່າມັນສາມາດຖືກສົ່ງໄປຫາຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປໄດ້.

[23] ໃນກໍລະນີນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມື ເອັສຈີທີເອັມ ບົດ 1 "ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ?", ຫນ້າ 12; ແລະ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງ ປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.11, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.9.2.

[24] ເບິ່ງຕົວຢ່າງ, ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.11.2, ແລະ ຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.9.3.

ເຄື່ອງໝາຍສຳຜັດ ອາດຈະສະແດງເປັນຮູບພາບແບບກຣາຟິກໃນຂອບເຂດທີ່ມີຄຸນລັກສະນະທາງກາຍະພາບຂອງຜະລິດຕະພັນສະເພາະໃດໜຶ່ງຫຼືແພັກເກດຈ່ໃດໜຶ່ງ, ຫຼືວັດຖຸທີ່ໃຊ້ໃນການພົວພັນກັບການບໍລິການທີ່ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ.

ໃນກໍລະນີນີ້, ເງື່ອນໄຂແລະຂໍ້ກຳນົດຂອງເຄື່ອງໝາຍ "3ມິຕິ" ຈະນຳໄປໃຊ້ກັບເຄື່ອງໝາຍສຳຜັດເຫຼົ່ານີ້ໂດຍການອະນຸໂລມໃຫ້ໃຊ້. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງຕ້ອງໄດ້ມີການກວດກາເບິ່ງເງື່ອນໄຂທົ່ວໄປຂອງການເຮັດໃຫ້ມີລັກສະນະສະເພາະແລະການນຳໃຊ້ອີກ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໃນກໍລະນີທີ່ເຄື່ອງໝາຍສຳຜັດບໍ່ສາມາດສະແດງອອກເປັນຮູບພາບແບບກຣາຟິກໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງ, ແນ່ນອນ, ມີເນື້ອໃນຂອງຕົວເອງ, ສາມາດເຂົ້າເຖິງງ່າຍ, ສາມາດເຂົ້າໃຈ, ທົນທານແລະມີຈຸດປະສົງ, ນັກກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າກໍ່ຄວນປະຕິເສດທີ່ຈະບໍ່ຍອມຮັບຫຼືດຳເນີນການກັບຄຳຮ້ອງຂໍການຈົດທະບຽນໃດໆສຳລັບສັນຍາລັກແບບນີ້.[25]

[25] ສຳລັບຫົວຂໍ້ນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 9.11.3, ແລະຫມວດ 4, ບົດ 2, ຂໍ້ 2.9.4.

2. ລັກສະນະສະເພາະ

ເງື່ອນໄຂພື້ນຖານສຳລັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈະຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແມ່ນມັນຕ້ອງມີລັກສະນະສະເພາະໃນຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ຈະນຳໄປໃຊ້ເພື່ອຈຸດປະສົງທາງການຄ້າ. ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າສັນຍາລັກຈະຕ້ອງສາມາດ *ຈຳແນກ* ສິນຄ້າແລະການບໍລິການໄດ້ໃນໄລຍະເວລາການຄ້າ.[26]

ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍສຳລັບຈຸດປະສົງຂອງການຈົດທະບຽນເພື່ອເປັນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ຈະຕ້ອງຖືກກຳນົດບົນພື້ນຖານແລ້ວແຕ່ກໍລະນີໄປ ໂດຍຄຳນຶງເຖິງສິນຄ້າແລະການບໍລິການສະເພາະທີ່ຈະໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວແລະໃນການຂໍຈົດທະບຽນ. ພ້ອມກັນນັ້ນ, ລັກສະນະສະເພາະຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາໂດຍໃຫ້ຄຳນຶງເຖິງຄວາມຮັບຮູ້ຂອງເຄື່ອງໝາຍໂດຍຜູ້ຄົນທົ່ວໄປ ທີ່ຈະກ່າວເຖິງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ກໍ່ແມ່ນພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຜູ້ຄົນເຫຼົ່ານັ້ນ. ການປະເມີນຜົນນີ້ຕ້ອງໄດ້ເຮັດສຳລັບການນຳໃຊ້ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແຕ່ລະລາຍການແລ້ວແຕ່ລະກໍລະນີ.[27]

ສຳລັບຈຸດປະສົງໃນການຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ, ການທີ່ເຄື່ອງໝາຍບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ ອາດຈະເປັນຜົນມາຈາກ:

(i) ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ຄຸນລັກສະນະທີ່ມີສ່ວນປະກອບຂອງສັນຍາລັກເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິ�โພກທົ່ວໄປບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ຫຼືເບິ່ງບໍ່ເຫັນ ໃນເມື່ອໄດ້ຖືກນຳມາໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ຫຼື ຄວາມຈິງທີ່ວ່າຜູ້ບໍລິ�โພກທົ່ວໄປຈະບໍ່ເຂົ້າໃຈຫຼືບໍ່ຮັບຮູ້ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວນັ້ນ ມີເປົ້າໝາຍເພື່ອໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ ຫຼື

(ii) ຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍແລະສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການສະເພາະທີ່ນຳໃຊ້ໃນການຄ້າຫຼືໃນແງ່ທາງກົດໝາຍ, ສັງຄົມ ຫຼື ເສດຖະກິດທີ່ເຄື່ອງໝາຍຈະຖືກນຳໄປໃຊ້.

---

[26] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(1)(ບີ); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 4(ເອ); ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 20. ອີ; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 23.1, ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ์ທີ. 39; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 10(2A); ເອັມເອັມ ທີ ເອັມເອັລ ເອັສ.2.ເຄ), 13.ເອ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 121.1; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) – 'ເຄື່ອງຫມາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ', 7(1)(ເອ); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 6(1) ແລະ 7; ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 72.2 ແລະ 74. ພ້ອມກັນນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3.

[27] ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 1.

2.1 ເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ເຂົ້າໃຈຫຼືບໍ່ຖືວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບຫຼືຮັບຮູ້ຈາກຜູ້ຄົນທົ່ວໄປທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຫຼືທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບຄວາມເຂົ້າໃຈຈາກຜູ້ບໍລິໂພກວ່າ ມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ຊີ້ບອກເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າ ອາດຈະບໍ່ໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ເພື່ອໃຫ້ເບິ່ງເປັນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ສັນຍາລັກທີ່ວ່ານີ້, ຕ້ອງໄດ້ໃຫ້ຖືກລະບຸວ່າມັນແມ່ນຄຸນລັກສະນະໜຶ່ງທີ່ແຍກອອກມາຈາກຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການທີ່ຈະໃຊ້. ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວບໍ່ສາມາດຈຳແນກຜະລິດຕະພັນ (ຫຼືການບໍລິການ)ໄດ້ ຖ້າມັນບໍ່ຖືກໃຫ້ເຫັນວ່າເປັນສິ່ງທີ່ໂດດເດັ່ນ ແລະອິດສະຫລະຈາກຜະລິດຕະພັນ ທີ່ມັນມີຫນ້າທີ່ເປັນຕົວລະບຸ. ໃນກໍລະນີນີ້, ຍົກຕົວຢ່າງ, ຖ້າສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວ ຖືກເບິ່ງວ່າເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຮູບລັກສະນະຫຼືການອອກແບບຕາມປົກກະຕິຂອງຕົວຜະລິດຕະພັນເອງ.

ສັນຍາລັກໃນບັນດາປະເພດດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ສາມາດຖືວ່າເປັນສັນຍາລັກເບື້ອງຕົ້ນທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກບໍ່ສາມາດຮັບຮູ້ວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ບົ່ງບອກແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າ, ສະນັ້ນຈຶ່ງຄວນສັນນິຖານວ່າພວກມັນບໍ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນ:

- ຕົວເລກງ່າຍໆ
- ສັນຍາລັກທີ່ສັບສົນຫຼືບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້
- ສັນຍາລັກທີ່ມີສີດ່ຽວແບບງ່າຍໆ
- ຕົວອັກສອນແລະຕົວເລກດ່ຽວ
- ຮູບຊົງສາມມິຕິ
- ຮູບລວດລາຍແລະແບບລາຍພື້ນຜິວຕ່າງໆ
- ປ້າຍຊື່ທົ່ວໄປ
- ອະລິໂຄສະນາແບບງ່າຍໆ

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ສັນຍາລັກນັ້ນຄວນໄດ້ຮັບການປະເມີນຜົນແລ້ວແຕ່ລະກໍລະນີ. ໃນບາງກໍລະນີ, *ການປະສົມປະສານ*ຂອງອົງປະກອບຕ່າງໆທີ່ບໍ່ໂດດເດັ່ນກັບອົງປະກອບອື່ນທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງແລະໂດດເດັ່ນອື່ນໆ ເຊິ່ງສາມາດເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍມີລັກສະນະສະເພາະໂດຍລວມ.

<u>2.1.1 ຮູບຮ່າງພື້ນຖານແລະຕົວເລກແບບງ່າຍດາຍ</u>

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍຮູບຊົງເລຂາຄະນິດງ່າຍໆຫຼືເປັນຮູບຊົງພື້ນຖານທີ່ບໍ່ມີຄຸນ

ລັກສະນະພິເສດໃດໆທີ່ຈະສົ່ງຜົນຫຼືດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນເວລາທີ່ໄດ້ນຳເອົາສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວໄປໃຊ້ໃນການຄ້າ ເຊິ່ງໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວ ມັນບໍ່ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ຫຼືຈື່ຈຳໄວ້ໃນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ວ່າມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄ້າ. ສັນຍາລັກແບບນີ້ ມັນບໍ່ສາມາດໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າເພື່ອຈຳແນກຜະລິດຕະພັນການຄ້າຫຼືການບໍລິການໄດ້ເລີຍ, ສະນັ້ນມັນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ[28]

ຮູບຊົງເລຂາຄະນິດພື້ນຖານຕ່າງໆແບບງ່າຍໆນັ້ນແມ່ນມີ ເສັ້ນ, ຮູບກາກະບາດ, ວົງມົນ, ສາມຫລ່ຽມ, ສີ່ຫລ່ຽມຈະຕຸລັດ, ຮູບສີ່ຫລ່ຽມທົ່ວໄປ, ຮູບດອກຈັນ, ຮູບຄາງຫມູ, ຮູບເພັດ, ຮູບຫ້າຫລ່ຽມແລະ ຮູບຫົກຫລ່ຽມ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນບໍ່ໂດດເດັ່ນພໍທີ່ຈະໃຫ້ຮັບຮູ້ຫຼືໃຫ້ເຮັດເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້, ສະນັ້ນ ພວກມັນກໍ່ບໍ່ສາມາດທີ່ຈະຖືກຈົດທະບຽນໄດ້ ເຊັ່ນວ່າ:

ເຊັ່ນດຽວກັນກັບສິ່ງທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ກໍ່ໄດ້ເອົາມາໃຊ້ກັບເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ໃນການພິມ, ເຄື່ອງໝາຍຕົກໃຈ (!), ເຄື່ອງໝາຍຄຳຖາມ (?), ເຄື່ອງໝາຍເປີເຊັນ (%) ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍ'ແລະ' (&), ແລະເຄື່ອງໝາຍວັກທີ່ຄ້າຍຄືກັນກັບທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ ແລະທັງສັນຍາລັກອື່ນໆທີ່ເບິ່ງແລ້ວມັນກໍ່ທຳມະດາແລະບໍ່ມີຫຍັງໂດດເດັ່ນ.

[28] ຍົກຕົວຢ່າງ, ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ຄູ່ມື ເອັລເອທີເອັມ ຫນ້າ 26; ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ເອ, ລະບຽບການ, ອາຣ. 17.8.2, ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.4.ເອ. ນອກຈາກນັ້ນ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ , ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 6.

2.1.2 ສັນຍາລັກທີ່ສັບສົນຫຼືບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້

ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍອົງປະກອບທີ່ບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ຫຼືສັບສົນເກີນໄປທີ່ຈະຖືກເຫັນວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປ ຖ້າຫາກນຳໄປໃຊ້ໃນການຄ້າ ຫຼື ສັນຍາລັກທີ່ຍາກສຳລັບໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກໃນການຮັບຮູ້ຫຼືຈື່ຈຳ. ບັນດາເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວນັ້ນ ລ້ວນແຕ່ຂາດຄວາມສາມາດໃນການຈຳແນກສິນຄ້າແລະການບໍລິການທາງການຄ້າ, ແລະສະນັ້ນ ມັນກໍ່ບໍ່ສາມາດທີ່ຈະຖືກໄປຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້.[29]

ຍົກຕົວຢ່າງ:

[ຕົວຢ່າງມາຈາກລະບຽບການໃນການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍ ເພື່ອຈົດທະບຽນຂອງຫວຽດນາມຂໍ້ຍ່ອຍ 17.8.2.b]

ຄຳຮ້ອງສະໝັກ ເລກທີ.: 4-2009-24600

[29] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ຄູ່ມື ເອັລເອທີເອັມ ຫນ້າ 26; ວີເອັນ ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.4.ບີ.

ຄຳຮ້ອງສາກົນເລກທີ: 1101043
[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາປະເທດຫວຽດນາມ]

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ສະແດງດ້ວຍຕົວຫນັງສືທີ່ *ຄົນທົ່ວໄປໃນປະເທດໃດປະເທດໜຶ່ງທີ່ບໍ່ເຂົ້າໃຈ* ນັ້ນ ອາດຈະຖືກຍອມຮັບໄດ້, ໂດຍໃຫ້ມີການສົ່ງເປັນຄຳສັບຫຼືຂໍ້ຄວາມທີ່ໄດ້ທຽບການອອກສຽງ ຂອງຄຳສັບຫຼືຂໍ້ຄວາມນັ້ນໆ ທີ່ທາງນັກກວດສອບ*ເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຮ້ອງຂໍຕາມກົດໝາຍ*ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ທີ່ກ່າວມານີ້ ອາດຈະປະກອບດ້ວຍກໍລະນີຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂຽນດ້ວຍຕົວໜັງສືພາສາຕ່າງໆເຊັ່ນ ອາຣັບ, ຕົວຫນັງສືແບບລັດເຊຍ, ສັນສະກິດ, ຈີນ, ຍີ່ປຸ່ນ, ເກົາຫຼີ ຫຼືອື່ນໆ.

ຍົກຕົວຢ່າງ:

[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຫວຽດນາມ]

ເມື່ອລວມຄຳສັບ ຫຼື ຂໍ້ຄວາມ ທີ່ບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ນັ້ນໄດ້ໄປລວມກັນກັບອົງປະກອບທີ່ມີ ຮູບຮ່າງແລ້ວ, ການປະສົມປະສານກັນແບບນີ້ ອາດຈະພົບວ່າເປັນລັກສະນະສະເພາະ. ເຖິງຢ່າງໃດ ກໍ່ຕາມ, ນັກກວດສອບອາດຈະຕ້ອງໃຫ້ມີການອອກສຽງຫຼືແປຄວາມໝາຍຂອງຄຳສັບຫຼືປະໂຫຍກ ທີ່ບໍ່ເຂົ້າໃຈເຫຼົ່ານັ້ນໃຫ້.

2.1.3 ສີຕ່າງໆ[30]

2.1.3.1 ສີດ່ຽວ

ສີທີ່ເປັນສີດ່ຽວ ທີ່ເປັນນາມມະທຳ (ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ສີພື້ນຖານ) ໄດ້ຖືກອ້າງວ່າເປັນຕົວຂອງຕົວເອງໂດຍບໍ່ຂຶ້ນກັບຮູບຮ່າງສະເພາະໃດໜຶ່ງ, ຮູບລາຍເສັ້ນ, ຫຼືອົງປະກອບອື່ນທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ກ່ອນຫຼືມີລັກສະນະໃດໜຶ່ງ, ໝາຍຄວາມວ່າ ໄດ້ຮຽກຮ້ອງເອົາທຸກຮູບແບບທີ່ຄິດວ່າເປັນໄປໄດ້ນັ້ນແມ່ນບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້. ການອ້າງອີງສີທີ່ເປັນນາມມະທຳແບບບໍ່ແນ່ນອນກໍ່ແມ່ນການອ້າງອີງຕາມຄວາມຄິດຂອງສີນັ້ນເອງ. ເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນແບບດັ່ງກ່າວນັ້ນ ຈະບໍ່ຕອບສະໜອງເງື່ອນໄຂຂອງຄວາມຈະແຈ້ງ, ຄວາມຖືກຕ້ອງແນ່ນອນ ແລະຄວາມສອດຄ່ອງທີ່ຕ້ອງການໃຫ້ມີເພື່ອການກຳນົດໃຫ້ຈະແຈ້ງກ່ຽວກັບຂອບເຂດຂອງການຈົດທະບຽນ. ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະບໍ່ສາມາດຈຳ ແນກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທາງການຄ້າໄດ້.

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນແລ້ວ, ການຮຽກຮ້ອງຂອງສີດ່ຽວທີ່ເປັນນາມມະທຳ ອາດຈະເປັນການຈຳກັດສິດເສລີພາບຂອງພໍ່ຄ້າຄົນອື່ນໃນການໃຊ້ສີເພື່ອການນຳສະເໜີສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໃນປະເພດດຽວກັນທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນໄປແລ້ວ. ສິ່ງນີ້ຈະເປັນການແຊກແຊງການຄ້າທີ່ຖືກຕ້ອງແລະຂັດກັບນະ�โยบายสาธาละนะ.

ສີອັນດຽວສາມາດນຳໄປສະເໜີແລະນຳໄປໃຊ້ໃນຫຼາຍໆຮູບແບບທາງການຄ້າໄດ້. ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວຄົນທົ່ວໄປຈະບໍ່ຮັບຮູ້ສີວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້. ຜູ້ບໍລິ�โภคโดยทั่วไปจะบ่สามาดกำนิดต้นแหล่งที่มาทางการค้าของสินค้าได้เลย ໂດຍທີ່ໄປອີງໃສ່ສີທີ່ໄດ້ຫຸ້ມຫໍ່ມາ ຫຼືເງື່ອນໄຂການປັບປ່ຽນຕ່າງໆ. ຜູ້ບໍລິ�โภคมักจะชอกหาคำสับหรือเครื่องหมายแบบกราฟิกอื่นๆ ເພື່ອຈຳແນກສິນຄ້າຫຼືບໍລິການໃດໜຶ່ງ.

ສົບເນື່ອງຈາກທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ ສີດ່ຽວທີ່ເປັນນາມມະທຳນັ້ນ ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວກໍ່ບໍ່ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນການກຳນົດຍີ່ຫໍ້ຂອງສິນຄ້າ, ມັນຄວນທີ່ຈະຖືກສັນນິຖານວ່າ ມີສີດ່ຽວກໍ່ສາມາດ<u>ໃຊ້ງານ</u>

[30] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 6(1)(ບີ); ຄູ່ມື ເຄເຣັຊທີເອັມ ຫນ້າ 21; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 1.1, ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ II.A.1; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອັສ. 16.1, ການຕັດສິນໃຈ 753, ເອອາຣ์ທີ. 17.4 ແລະ 32, ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 26; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2(ເຈ); ຄູ່ມື ເອັມວາຍທີເອັມ ບົດ 4 ວັກ 4.8; ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ເອລ), ລະບຽບການ, ອາຣ์. 102(ເອລ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ XIII; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) – 'ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ', ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 2 'ເຄື່ອງໝາຍສີ' ຫນ້າ 4 ແລະ 6; ທີເຣັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 – 'ເຄື່ອງໝາຍ', 7(5) ແລະ 45; ແລະ ຫນັງສືວຽນ ວີເອັນ 01/2007 ເອັສ. 39.2.ບີ(ໄອ). ນອກຈາກນັ້ນ ເບິ່ງຕື່ມທີ່ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 14.

ໄດ້. ໝາຍຄວາມວ່າໃນການນຳໃຊ້ຕົວຈິງນັ້ນ, ການໃຊ້ສີແບບນີ້ ກໍ່ເພື່ອພຽງແຕ່ເປັນການຕົບແຕ່ງຫຼື ການນຳສະເໜີສິນຄ້າແລະການບໍລິການໃຫ້ໜ້າສົນໃຈເທົ່ານັ້ນເອງ ແລະບໍ່ໄດ້ຖືກໃຫ້ເຫັນວ່າເປັນ ຕົວຊີ້ບອກຂອງທີ່ມາໃນທາງການຄ້າ.

ດັ່ງທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ນັ້ນ, ເຮົາກໍ່ຄວນສົມມຸດໄວ້ວ່າ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍສີດ່ຽວຂອງ ຕົວມັນເອງ ນັ້ນຖືວ່າບໍ່ມີປະສິດທິພາບທີ່ຈະໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້ ແລະນັກກວດສອບກໍ່ຄວນ ຄັດຄ້ານການຂຶ້ນທະບຽນນັ້ນໂດຍອີງໃສ່ເຫດຜົນນັ້ນ. ໃນການຈົດທະບຽນນັ້ນ, ສີຕ້ອງໃຫ້ໄດ້ຖືກ ກຳນົດໂດຍໃຫ້ມີຮູບຮ່າງຫຼືມີເສັ້ນຂອບຮູບທີ່ແນ່ນອນ.[31]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍຕໍ່ໄປນີ້, ປະກອບດ້ວຍສີແດງຂອງຕົວມັນເອງນັ້ນ, ກໍ່ໄດ້ຖືກ ປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມໄປແລ້ວ ເພາະວ່າພົບເຫັນວ່າ ມັນບໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້:

ໃບຄຳຮ້ອງສາກົນເລກທີ. 801739
[ຕົວຢ່າງຈາກສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຫວຽດນາມ]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ສີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດມາເລເຊຍ:

01015661 – SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S. A.
[ຕົວຢ່າງຈາກສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດມາເລເຊຍ]

[31] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 14.1.

ໃນເວລາທີ່ມາເບິ່ງສີທີ່ຈະນຳໃຊ້ກັບສ່ວນໃດໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼືສະຖານທີ່ ຫຼືຕຳແໜ່ງສະເພາະໃດໜຶ່ງທີ່ກ່ຽວກັບຕົວຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ແລະການຍອມຮັບຂອງມັນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ຂໍໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ຍ່ອຍ 1.1.5 ທີ່ຢູ່ຂ້າງເທິງ (ເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວກັບ "ຕຳແໜ່ງ").

ເຫດຜົນຂ້າງເທິງທີ່ມີໄວ້ສຳລັບການປະຕິເສດນັ້ນ ກໍ່ສາມາດຂ້າມຜ່ານເອົາຊະນະໄດ້ ໃນກໍລະນີທີ່ມີການຍົກເວັ້ນ *ເຊັ່ນ ສີແປກ ຫຼື ໂດດເດັ່ນ* ໃນເມື່ອໄດ້ນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງ. ຕົວຢ່າງ, ສີ "ເຮືອງແສງສີບົວ" ໄດ້ຖືກໃຊ້ເປັນຍີ່ຫໍ້ໃນຢາງລົດ. (ເຊິ່ງປົກກະຕິກໍ່ຄວນເປັນສີດຳ) ກໍ່ອາດຈະເຮັດໃຫ້ມີລັກສະນະສະເພາະ.

ເຫດຜົນນີ້ທີ່ມີໄວ້ສຳລັບການປະຕິເສດນັ້ນ ກໍ່ສາມາດຂ້າມຜ່ານເອົາຊະນະໄດ້ ໃນກໍລະນີທີ່ສີ *ໄດ້ມີລັກສະນະສະເພາະ* ໃນເວລາຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນທາງການຄ້າ. ສະຖານະການພິເສດແບບນີ້ຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິສູດແລະໜ້າທີ່ຂອງການພິສູດ ແມ່ນຈະຕົກໄປທີ່ຜູ້ຮ້ອງຂໍຂໍຈົດທະບຽນ (ເບິ່ງຂໍ້ທີ 2.6 ຂ້າງລຸ່ມນີ້).

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ໄດ້ມາ ຈະບໍ່ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້ໃນກໍລະນີທີ່ສີ *ໃຊ້ການໄດ້* ຍ້ອນຫຼັກການພື້ນຖານຫຼືລັກສະນະທາງວິຊາການຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ສີນັ້ນຈະໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້. ໃນກໍລະນີດັ່ງກ່າວ, ຜູ້ກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານການຂຶ້ນທະບຽນຂອງສີນັ້ນ.

ລັກສະນະການນຳໃຊ້ຂອງສີສະເພາະອາດຈະເປັນຜົນມາຈາກການໃຊ້ວິທີການແບບທຳມະດາຫຼືຈາກມາດຕະຖານທາງເຕັກນິກໃນກຸ່ມຜະລິດຕະພັນສະເພາະໃດໜຶ່ງ. ຕົວຢ່າງ, ການໃຊ້ສີແດງສຳລັບອຸປະກອນແລະຊຸດມອດໄຟ ຫຼືລະຫັດສີຕ່າງໆ ສຳລັບສ່ວນປະກອບສະເພາະໃນວົງຈອນໄຟຟ້າ.

ການໃຊ້ວຽກຂອງສີ ອາດເປັນຜົນມາຈາກຄຸນລັກສະນະທາງເຕັກນິກ ຫຼື ທາງດ້ານກາຍະພາບ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ສີດຳເມື່ອນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນບາງຢ່າງເຊັ່ນ: ເຄື່ອງຈັກຫຼືມໍເຕີແບບເຜົາໄຫມ້ພາຍໃນ ອາດຈະໃຫ້ຄຸນສົມບັດທາງຄວາມຮ້ອນທີ່ດີຂຶ້ນ ເຊິ່ງມັນກໍ່ຈຳເປັນຕໍ່ການປະສິດທິພາບໃນການເພີ່ມລັງສີຄວາມຮ້ອນ.

ນອກຈາກນັ້ນ, ສີຄວນຖືວ່າເປັນສີທີ່ ໃຊ້ງານໄດ້ ຖ້າຫາກວ່າມັນຖືກນຳໃຊ້ທົ່ວໄປໃນການຄ້າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການສະເພາະບາງຂົງເຂດ. ຫຼືເປັນຜົນມາຈາກສີທຳມະຊາດຂອງສິນຄ້າ. ຄວາມຕ້ອງການໃນການແຂ່ງຂັນໂດຍບຸກຄົນທີສາມທີ່ຈະໃຊ້ສີ ຈະເຮັດໃຫ້ສີມີປະໂຫຍດແລະໃຊ້ງານໄດ້ ແລະກໍ່ຈະເປັນແຖບກັ້ນ ສຳລັບການຈົດທະບຽນສີໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ.

2.1.3.2 ການປະສົມສີທີ່ເປັນນາມມະທຳ

ໃນກໍລະນີຂອງການຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນສັນຍາລັກທີ່ມີສອງຫຼືຫຼາຍສີ ທີ່ໄດ້ອ້າງສິດໃນການປະສົມສີ ຫຼື ຮູບແບບຕ່າງໆທີ່ເປັນໄປໄດ້, ສີກໍ່ສາມາດຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນການປະສົມສີແລະຮູບແບບຕ່າງໆໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິຜົນແລະຫລາກຫລາຍທີ່ບໍ່ສາມາດຄາດເດົາໄດ້ ສິ່ງນີ້ຈະບໍ່ຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປສາມາດຮັບຮູ້ແລະຈື່ຈຳການປະສົມປະສານແບບສະເພາະຂອງສີເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້. ໂດຍ

ສະເພາະການປ່ຽນແປງທີ່ອາດຈະເປັນໄປໄດ້ດັ່ງກ່າວ ສາມາດເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍມີຂອບເຂດການຄຸ້ມຄອງທີ່ບໍ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້.

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຄູ່ແຂ່ງຈະບໍ່ສາມາດຄາດເດົາໄດ້ເຖິງຄຸນລັກສະນະທີ່ເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍອາດເຄີຍນຳໄປໃຊ້ໃນການຄ້າ, ແລະບໍ່ສາມາດຫຼີກລ່ຽງໄດ້ການໃຊ້ສີທີ່ຂັດກັນໄດ້ ຄວາມບໍ່ແນ່ນອນດັ່ງກ່າວຈະເຮັດໃຫ້ ເຈົ້າຫນ້າທີ່ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງບໍ່ສາມາດສ້າງຂອບເຂດການຄຸ້ມຄອງທີ່ຈະແຈ້ງໃຫ້ສຳລັບເຄື່ອງໝາຍນັ້ນໄດ້ ດັ່ງນັ້ນມັນຈຶ່ງສ້າງຄວາມບໍ່ແນ່ນອນດ້ານກົດໝາຍທີ່ບໍ່ສາມາດຍອມຮັບໄດ້.[32]

ດ້ວຍເຫດນີ້, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບຂຶ້ນຈາກການມະໂນພາບ ທີ່ບໍ່ໄດ້ລະບຸການປະສົມສີສອງຢ່າງຫຼືຫຼາຍກວ່ານັ້ນ ບໍ່ສາມາດທີ່ຈະຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້. ເພື່ອທີ່ຈະຈົດທະບຽນ, ສີຕ້ອງຖືກກຳນົດໂດຍຮູບຮ່າງຫຼືຮູບຊົງສະເພາະໃດໜຶ່ງ, ຫຼືລວມເຂົ້າໃນຮູບແບບການນຳສະເໜີທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ແລະເປັນແບບທີ່ມີຄວາມສະຫມໍ່ສະເຫມີ.

ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍອະນຸຍາດ, ການປະຕິເສດທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງ ສາມາດຖືກຍົກເລີກໄດ້, ຖ້າວ່າການປະສົມປະສານຂອງສີໄດ້ມີຄວາມໂດດເດັ່ນສຳລັບການນຳໄປໃຊ້ໃນທາງການຄ້າ. ສະຖານະການພິເສດແບບນີ້ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິສູດໃຫ້ເຫັນແລ້ວແຕ່ລະກໍລະນີແລະພາລະຫນ້າທີ່ໃນການພິສູດນີ້ກໍ່ຈະຂຶ້ນກັບຜູ້ຮ້ອງຂໍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນກໍ່ຄ້າຍຄືກັນກັບສີດ່ຽວ (ເບິ່ງ ຂໍ້ 2.1.3.1 ຂ້າງເທິງ), ຖ້າການປະສົມສີ *ສາມາດໃຊ້* ໄດ້ໃນທາງໃດທາງໜຶ່ງກໍ່ຕາມ, ຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ໄດ້ມານັ້ນ ກໍ່ຈະໃຊ້ການບໍ່ໄດ້ແລະກໍ່ບໍ່ຄວນຈົດທະບຽນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ມັນແມ່ນການປະຕິບັດກັນທົ່ວໄປທີ່ຈະໃຊ້ສີສຳລັບຊຸ້ນຕ່າງໆໃນເຄື່ອງລ້າງຈານ , ຫຼືສະບູຕ່າງໆ ໃນອຸດສະຫະກຳນັ້ນ ກໍ່ເພື່ອກຳນົດວ່າ ສິນຄ້າມີສ່ວນປະກອບທີ່ຕ່າງກັນຕາມສີທີ່ໃສ່

[32] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 14.2.

ລົງໄປ. ການໃຫ້ຂໍ້ມູນຂອງສີທີ່ແຕກຕ່າງກັນໃນລັກສະນະນີ້ ຈຶ່ງສາມາດເຮັດໃຫ້ການປະສົມສີ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້ແລະມັນກໍ່ບໍ່ສາມາດອ້າງວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້.

ສະຖານະການອື່ນໆທີ່ການປະສົມສີຄວນຈະຖືກຄັດຄ້ານນັ້ນ ລວມມີ:

- ໃນກໍລະນີທີ່ ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປເບິ່ງວ່າການປະສົມປະສານຂອງສີ ເປັນຄຸນລັກສະນະການປະດັບຕົກແຕ່ງ, ແຕ່ບໍ່ແມ່ນການສະແດງເຖິງຄວາມເປັນມາຂອງການຄ້າ;
- ໃນກໍລະນີທີ່ການປະສົມຂອງສີສະເພາະນັ້ນ ສາມາດໃຊ້ໄດ້ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງເຊັ່ນ: ສີເຫຼືອງແລະສີດຳສຳລັບການບໍລິການໄປສະນີຫຼືລະຫັດສີຕ່າງໆໃຊ້ສຳລັບສາຍໄຟຟ້າ;
- ໃນກໍລະນີທີ່ການປະສົມປະສານສີໂດຍທົ່ວໄປແມ່ນເລື່ອງປົກກະຕິເຊິ່ງມີຢູ່ໃນອຸດສະຫະກຳສະເພາະດ້ານໃດໜຶ່ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງ, ເຊັ່ນ ວ່າການໃຊ້ສີບົວຫຼືສີສົ້ມເພື່ອບົ່ງບອກລົດຊາດຂອງຫມາກສະຕໍເບີຣີ ຫຼື ສີສົ້ມໃນເຄື່ອງດື່ມ ຫຼື ກະແລັມ ຫຼືສີທີ່ເອົາໄປປະສົມປະສານກັບສີຂຽວທີ່ໂດດເດັ່ນ ເຊິ່ງເອົາໄວ້ສະແດງເຖິງຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມຫຼືຜະລິດທາງດ້ານນິເວດວິທະຍາ.

2.1.4 ຕົວອັກສອນແລະຕົວເລກດ່ຽວ

ຕົວອັກສອນຕົວໜຶ່ງ ຫຼືຕົວເລກຕົວໜຶ່ງ ອາດຈະຕອບສະໜອງກັບຂໍ້ກຳນົດຂອງລັກສະນະສະເພາະໃນການຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.[33]

ຖ້າຕົວອັກສອນຫຼືຕົວເລກຖືກນຳໄປສະເໜີໃນ*ແບບຮູບຊົງ, ຮູບແບບ, ຫຼື ສີ*, ຫຼື ການປະສົມປະສານຂອງສີສະເພາະໃດໜຶ່ງ, ມັນອາດຈະມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນ, ສະນັ້ນພວກເຂົາຈຶ່ງສາມາດໄດ້ຮັບຈົດທະບຽນໄດ້ໂດຍບໍ່ມີຜົນກະທົບຕໍ່ເຫດຜົນອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການປະຕິເສດ (ຕົວຢ່າງ: ລັກສະນະໂດຍທົ່ວໄປ ຫຼື ການຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍໃນເວລາທີ່ໃຊ້ໃນບາງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ)

[33] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ in ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4(1); ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມ ຫນ້າ 28; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 1.1; ເອັລເອ ໄອ ພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 3.9 ແລະ 16.1, ການຕັດສິນໃຈ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 17.2, ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 4 ແລະ 26; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 3(1); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2.ເຈ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 121.1 ແລະ 123.1; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) – 'ເຄື່ອງຫມາຍ' ແລະ 'ເຄື່ອງຫມາຍການຄ້າ'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 'ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ ເອັສ. 7(4); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ເອ), ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.3.ບີ). ນອກຈາກນັ້ນ ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 4.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ, ເຄື່ອງໝາຍຕໍ່ໄປນີ້ປະກອບດ້ວຍຕົວອັກສອນ ຫຼືຕົວເລກຕົວດຽວກໍ່ສາມາດຖືວ່າເປັນເອກະລັກທີ່ໂດດເດັ່ນໄດ້:

[ຕົວຢ່າງຕາມລຳດັບມາຈາກ: https://gsuite.google.com/setup/resources/logos/ ແລະ https://www.google.com/gmail/about/]

[ຕົວຢ່າງມາຈາກ: http://www.vmastoryboard.com/case-stories/2648/turner_duckworth_amazon_smile_logo/#sthash.moCszz6a.dpbs]

ສັນຍາລັກທີ່ມີຕົວອັກສອນດ່ຽວເຫຼົ່ານີ້ ກໍ່ເຫັນວ່າມີລັກສະນະສະເພາະພຽງພໍ:

[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຟິລິບປິນ]

06007262 - RADIANCE HOSPITALITY GROUP PTE. LTD.

08025300 - REPSOL S.A.
[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດມາເລເຊຍ]

[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

ຄຳຮ້ອງເລກທີ: 4-2011-19180 and 4-2011-21087

ຄຳຮ້ອງເລກທີ.: 4-200511949
[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ໃນກໍລະນີບ່ອນທີ່ຕົວອັກສອນຫຼືຕົວເລກດຽວໄດ້ຖືກສະແດງເປັນຕົວອັກສອນມາດຕະຖານ, ເຊັ່ນວ່າ ບໍ່ມີຮູບຮ່າງລັກສະນະ, ຮູບແບບ ຫຼື ສີ, ຫຼື ການປະສົມປະສານຂອງສີໃດໆນັ້ນ, ການກວດສອບກໍ່ຕ້ອງໄດ້ເຮັດຢ່າງລະມັດລະວັງກວ່າ. ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວຖືວ່າຂາດລັກສະນະສະເພາະຫລາຍ. ການຈົດທະບຽນສາມາດເຮັດໄດ້ ຖ້າສັນຍາລັກມີລັກສະນະສະເພາະພຽງພໍແລະບໍ່ຕົກໄປຢູ່ໃນເຫດຜົນອື່ນໆເພື່ອການປະຕິເສດ, ເຊັ່ນວ່າຕົວອັກສອນຫຼືຕົວເລກແມ່ນເປັນສິ່ງທີ່ມີທົ່ວໄປຫຼືທີ່ສາມາດອະທິບາຍກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງໄດ້.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກຕໍ່ໄປນີ້ສາມາດພົບເຫັນໄດ້ໃນເບື້ອງຕົ້ນວ່າ ມັນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ:

[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຟິລິບປິນ]

ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມຍ້ອນພວກມັນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ:

ຄຳຮ້ອງເລກທີ. 4-2009-06807, 4-2009-27613 and 4-2010-17584
[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຫວຽດນາມ]

2.1.5 ຮູບຊົງສາມມິຕິ

ຮູບຊົງສາມມິຕິແມ່ນເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້ຖ້າມັນມີເອກະລັກສະເພາະທີ່ໂດດເດັ່ນ. ສິ່ງນີ້ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ຖ້າຫາກກົດໝາຍອະນຸຍາດຫຼືບໍ່ຂັດຂວາງການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍແບບສາມມິຕິ.[34]

ຖ້າຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ສ່ວນໃດໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການຫຸ້ມຫໍ່ຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ພາຊະນະນັ້ນບໍ່ໂດດເດັ່ນ ແຕ່ໄດ້ຖືກນຳສະເໜີ ໂດຍສົມທົບກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ໂດດເດັ່ນ, ການປະສົມປະສານໂດຍລວມແບບນີ້ ກໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນສິ່ງທີ່ໂດດເດັ່ນ. ສ່ວນປະກອບທີ່ແຕກຕ່າງຂອງການປະສົມປະສານຈະເຮັດໃຫ້ມັນໂດດເດັ່ນ ເຖິງແມ່ນວ່າບາງສ່ວນປະກອບຂອງການປະສົມປະສານບໍ່ໄດ້ໂດດເດັ່ນກໍ່ຕາມ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃນກໍລະນີນີ້, ເຄື່ອງໝາຍສາມມິຕິປະກອບດ້ວຍຂວດມາດຕະຖານທີ່ມີປ້າຍຕິດທີ່ເປັນເອກະລັກສະເພາະ.

ໃນກໍລະນີທີ່ລັກສະນະສະເພາະໄດ້ພົບເຫັນໃນຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ສ່ວນໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການຫຸ້ມຫໍ່ ຫຼື ພາຊະນະຂອງມັນ, ບໍ່ລວມກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີລັກສະນະອື່ນ, ກໍ່ຄວນໃຫ້ມີການກວດສອບຢ່າງລະມັດລະວັງຕື່ມອີກ ກໍ່ເພື່ອກຳນົດວ່າ: ຮູບຮ່າງແມ່ນມີ*ລັກສະນະ*

[34] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 4(1) ແລະ 6(2); ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 1.1; ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມ ຫນ້າ 18; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 16.1, ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 17.5, ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 4; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 2.ເຈ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 121.1, ລະບຽບການ ອາຣ. 102.ເຄ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ XII; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1), 7(1) ແລະ 7(3), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 3 "ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຮູບຊົງ", ຫນ້າ 7; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 – 'ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ ເອັສ. 7(10); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ບີ. ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 11

ສະເພາະ ພໍສົມຄວນ.

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍ*ຮູບແບບສອງມິຕິ* ຫຼື ການສະແດງຮູບຮ່າງສາມມິຕິ ຄວນໄດ້ຮັບການປະຕິບັດແລະກວດສອບເບິ່ງວ່າເປັນຮູບຮ່າງສາມມິຕິທີ່ໄດ້ເຮັດຊ້ຳຫຼືບໍ່. ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ ການສະແດງສອງມິຕິຂອງຮູບຮ່າງ ສາມມິຕິ ທີ່ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້ ຈະຕ້ອງເຮັດໃຫ້ນັກກວດສອບນັ້ນ ຄັດຄ້ານຖ້າມັນກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນດ້ວຍຮູບຊົງສາມມິຕິໄດ້.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ອຸປະກອນສອງມິຕິຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນຢູ່ຫວຽດນາມເພາະວ່າມັນຖືກພົບວ່າ *ເປັນການນຳສະເໜີ* ຂອງຮູບຊົງສາມມິຕິປົກກະຕິທີ່ເກີດມາຈາກຄຸນລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນ:

ສຳລັບຜະລິດຕະພັນໝາກໄມ້ - ເລກທີຈົດທະບຽນ. 4-2009-17819
[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຫວຽດນາມ]

ຮູບຊົງສາມມິຕິຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ສ່ວນໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການຫຸ້ມຫໍ່ ຫຼື ພາຊະນະຂອງມັນ ຈະຊ່ວຍສ້າງຄວາມສົມບູນຂອງໜ້າທີ່ທີ່ໂດດເດັ່ນໃນຖານະທີ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ຖ້າຫາກຜູ້ບໍລິໂພກຮັບຮູ້ຮູບຮ່າງນັ້ນແລະນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນເປັນຕົວຊີ້ວັດຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າ. ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຮູບຊົງສາມມິຕິບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້ ຖ້າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການບໍ່ສາມາດຖືກຈຳແນກໄດ້ດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍນີ້ ເພາະວ່າມັນບໍ່ໄດ້ຖືກເບິ່ງວ່າເປັນການສະແດງເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງດ້ວຍການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ.

ການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍປະເພດນີ້ ຄວນໄດ້ຮັບການປະຕິບັດ ນັບຈາກພື້ນຖານທີ່ວ່າ ທຳມະດາແລ້ວ ຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ເຄື່ອງຫຸ້ມຫໍ່ ຫຼື ພາຊະນະຂອງມັນ ບໍ່ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ຢ່າງເປັນທາງການຈາກຜູ້ຄົນທົ່ວໄປ ຍ້ອນວ່າມັນເປັນສັນຍາລັກທີ່ສະແດງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນ. ໂດຍທົ່ວໄປ, ຮູບຊົງຂອງຜະລິດຕະພັນແມ່ນເຫັນວ່າເປັນການອອກ

ແບບຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼື ເປັນການນຳສະເໜີການຕົກແຕ່ງຫຼືຄວາມສວຍງາມທີ່ໃຊ້ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນມີຄວາມດຶງດູດໃຈຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີທ່າແຮງຊື້. ໃນກໍລະນີນີ້, ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານ ເນື່ອງຈາກມັນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ. ພາລະຫນ້າທີ່ຂອງການພິສູດ ກໍ່ແມ່ນເພື່ອໃຫ້ເຫັນວ່າ ຮູບຊົງຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ໄດ້ຖືກໃຫ້ເຫັນວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍ, ເຊິ່ງບໍ່ພຽງແຕ່ການອອກແບບຂອງສິນຄ້າເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ມັນຂຶ້ນກັບຜູ້ຮ້ອງຂໍ.

ໂດຍຄຳນຶງວ່າ ການອອກແບບຜະລິດຕະພັນອາດຈະໄດ້ຮັບການປົກຄອງຢ່າງເປັນອິດສະຫຼະພາຍໃຕ້ *ກົດໝາຍການອອກແບບອຸດສາຫະກຳ* ແລະໃນບາງກໍລະນີ, ອາດຈະໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງພາຍໃຕ້ *ກົດໝາຍລິຂະສິດ* ໃນຖານະເປັນງານສິນລະປະປັບໃຊ້. ແບບອຸດສາຫະກຳ ໝາຍເຖິງ *ລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນ ຫຼື ລັກສະນະຂອງວັດຖຸທີ່* ເປັນປະໂຫຍດແລະບໍ່ໄດ້ຖ່າຍທອດຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງວັດຖຸ ພາຍໃຕ້ກົດໝາຍຂອງການອອກແບບອຸດສາຫະກຳ, ການອອກແບບທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນຫຼືຍັງບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນນັ້ນ ອາດຈະໃຫ້ສິດໃຫ້ແກ່ຜູ້ຖືສິດທິຂອງຕົນໃນການໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກການອອກແບບໃນທາງການຄ້າ. ແຕ່ວ່າສິດທິເຫຼົ່ານັ້ນຈະມີພຽງແຕ່ໄລຍະເວລາ ທີ່ຈຳກັດ ໂດນຫລັງຈາກນັ້ນການອອກແບບປົກກະຕິຈະຕົກຢູ່ໃນຂອບເຂດສາທາລະນະ.

ຄືກັບແບບອຸດສາຫະກຳ, ສິດກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຈົດທະບຽນ, ລວມທັງເຄື່ອງໝາຍແບບສາມມິຕິ, ອາດມີຜົນບັງຄັບໃຊ້ໄດ້ໂດຍບໍ່ຈຳກັດ (ຖ້າມີການຕໍ່ອາຍຸຢ່າງເປັນປະຈຳ) ສະນັ້ນມັນແມ່ນເລື່ອງຂອງນະໂຍບາຍສາທາລະນະທີ່ສິດທິສ່ວນບຸກຄົນແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວໃນຮູບຊົງຂອງຜະລິດຕະພັນຈະໄດຮັບການຄຸ້ມຄອງໂດຍຜ່ານລະບົບການອອກແບບອຸດສາຫະກຳ ແລະຈະໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນມີຄວາມໂດດເດັ່ນຢ່າງຈະແຈ້ງເປັນຕົວຊີ້ວັດຂອງຕົ້ນກຳເນີດທາງການຄ້າ.

ໃນການພິວພັນກັບລັກສະນະສະເພາະທີ່ຕ້ອງການໃຫ້ມີນັ້ນ, ເຄື່ອງໝາຍສາມມິຕິຄວນຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຍ້ອນເຫດຜົນສະເພາະດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້, ເຊິ່ງ *ບໍ່ສາມາດເອົາ* ຊະນະໄດ້ດວ້ຍລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມາຈາກເຫດຜົນເຫຼົ່ານີ້ໂດຍອີງໃສ່ການພິຈາລະນານະ�โยบายพื้นฐาน ທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ:[35]

[35] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(2); ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມ ຫນ້າ 19; ເອັລເອ ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 17.5, ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 4; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ເຄ), ລະບຽບການ ອາຣ. 102.ເຄ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ XII ຫນ້າ 122, 133, 134; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(3), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 3 'ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຮູບຊົງ' ຫນ້າ 7 ແລະ 9; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 'ເຄື່ອງໝາຍ' ແລະ ເອັສ. 7(10); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ເອ ແລະ ບີ. ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 11.3, ແລະ ບົດ 6, ຂໍ້ 2.

- ຮູບຮ່າງແມ່ນເລື່ອງທຳມະດາຫຼືເກີດມາຈາກລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນ;
- ຮູບຮ່າງມີຄຸນລັກສະນະ*ການໃຊ້ວຽກ* ຫຼື ຜົນກະທົບທາງ *ດ້ານເຕັກນິກ.*

2.1.5.1 ຮູບຊົງແບບທຳມະດາ, ທົ່ວໄປ ຫຼືມາຈາກລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນ.

ຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບັນຈຸຫຼືພາຊະນະຂອງມັນບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍຖ້າມັນປະກອບດ້ວຍຮູບຮ່າງທີ່ມາຈາກ *ລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນ* (ຫຼືການບໍລິການ) ທີ່ມີການຈຳແນກໂດຍເຄື່ອງໝາຍ.

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຮູບຮ່າງບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ ຖ້າມັນປະກອບດ້ວຍ *ຮູບຊົງປົກກະຕິ* ສຳລັບ *ຜະລິດຕະພັນ* ຫຼືການຫຸ້ມຫໍ່ຫຼືພາຊະນະບັນຈຸຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນຫຼືເປັນ *ຮູບຮ່າງທົ່ວໄປ* ທີ່ໃຊ້ໃນອຸດສະຫະກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ອຸປະກອນສາມມິຕິຕໍ່ໄປນີ້ບໍ່ສາມາດລົງທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ສຳລັບ "ໝາກໄມ້" ຫຼື "ໄຂ່ສົດ", ຕາມລຳດັບ:

[ຕົວຢ່າງ, ຕາມລຳດັບຈາກ http://www.turbosquid.com/3d-models/3ds-max- strawberry-fruit-fresh/691309 and from http://kottke.org/14/04/egg]

ຮູບຮ່າງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມເພາະວ່າມັນຖືກພົບວ່າເປັນຮູບຊົງທຳມະດາຫຼືໄດ້ມາຈາກລັກສະນະຂອງສິນຄ້າເອງ:

ສຳລັບເກີບກີລາ - ຄຳຮ້ອງເລກທີ. 4-2005-13334
[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໃຫ້ໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຫວຽດນາມ]

ສຳລັບການ*ຫຸ້ມຫໍ່ ແລະ ພາຊະນະບັນຈຸ*, ການນຳສະເໜີຜະລິດຕະພັນຕາມປົກກະຕິແລະ ຮູບແບບມາດຕະຖານຂອງພາຊະນະບັນຈຸນັ້ນ ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ ໃນກໍລະນີທີ່ ບໍ່ມີເຄື່ອງໝາຍ ພິເສດຫຼືຄຸນລັກສະນະສະເພາະ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າຫໍ່ຫຼືພາຊະນະທີ່ບໍ່ໂດດ ເດັ່ນແຕ່ຫາກມີສັນຍາລັກທີ່ໂດດເດັ່ນພໍທີ່ຈະຈຳແນກການປະສົມປະສານມີຄວາມໂດດເດັ່ນນັ້ນ, ມັນກໍ່ອາດຈະຖືກຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ.

ຕົວຢ່າງ, ຮູບຊົງຂວດຕໍ່ໄປນີ້ບໍ່ສາມາດນຳໄປຈົດທະບຽນເຮັດເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃຫ້ ຈຳແນກຄວາມແຕກຕ່າງຂອງ "ເຫຼົ້າແວງ" ເພາະວ່າມັນເປັນຮູບຊົງທີ່ເປັນທຳມະດາຫຼືມາດຕະຖານ ໃນອຸດສາຫະກຳເຫລົ້າຢູ່ແລ້ວ:

[ຕົວຢ່າງຈາກ: https://www.ebay.com/itm/Glass-Wine-Bottle-Antique-Green- 750ml-x-12-premium-claret-Cork-mouth-home-brew/281347354774?epid=1391495348&hash=item41819bf096:g:3LcAAOSwi5 dcpSOz]

ຮູບຮ່າງຂອງພາຊະນະບັນຈຸດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນບໍ່ໄດ້ໃຫ້ອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນໄດ້ໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ການຂອງມາເລເຊຍເນື່ອງຈາກບໍ່ມີຄຸນລັກສະນະທີ່ໂດດເດັ່ນແລະມີລັກສະນະທົ່ວໄປຂອງຮູບຮ່າງການບັນຈຸ:

ເລກທີເລກທີຍື່ນຄຳຮ້ອງ Nº 03002023 -
SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.
[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດມາເລເຊຍ]

ເຊັ່ນດຽວກັນກັບພາຊະນະບັນຈຸດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກເຈົ້າໜ້າທີ່ທາງການຫວຽດນາມປະຕິເສດ ຍ້ອນພວກມັນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ ແລະມີລັກສະນະທົ່ວໄປຂອງພາຊະນະບັນຈຸ:

ສຳລັບສິນຄ້າໃນຫມວດ 3 - ເລກທີເລກທີຍື່ນຄຳຮ້ອງ 4-2003-10944

ສຳລັບຜະລິດຕະພັນໃນຫມວດ 21 - ເລກທີຈົດທະບຽນ. 4-2011-16952
[ຕົວຢ່າງທີ່ຈັດໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຫວຽດນາມ]

ຢູ່ປະເທດໄທ, ຮູບຮ່າງພາຊະນະບັນຈຸດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນນ້ຳປາ:

[ຕົວຢ່າງຈາກກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

ເຊັ່ນດຽວກັນໃນປະເທດໄທ, ຮູບຮ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນເຄື່ອງດື່ມຊ້ອກໂກແລັດ, ເຄື່ອງດື່ມໂກໂກ້, ເຄື່ອງດື່ມກາເຟ, ເຄື່ອງດື່ມຊາແລະອື່ນໆ.

[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຮູບຊົງທີ່ຜິດປົກກະຕິແລະບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານ ສຳລັບພາຊະນະບັນຈຸ ຄວນຖືກພິຈາລະນາໃຫ້ມີລັກສະນະສະເພາະແລະເປັນທີ່ຍອມຮັບຢ່າງພຽງພໍສຳລັບການຈົດ ທະບຽນສຳລັບຜະລິດຕະພັນທີ່ນຳສະເໜີຢູ່ພາຍໃນພາຊະນະ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ, ຮູບຊົງພາຊະນະບັນຈຸສິນຄ້າດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນເປັນ ລັກສະນະໂດດເດັ່ນແລະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນ:

ເລກທີຈົດທະບຽນ 4-2012-18308
[ຕົວຢ່າງ ຈາກສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ການຫຸ້ມຫໍ່ ແລະຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນໃນຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນເປັນເລື່ອງທຳມະດາ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຊັອກໂກແລັດແລະບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະທີ່ຕ້ອງການ:[36]

ໃນກໍລະນີທີ່ໄດ້ສະແດງໄວ້ຢູ່ຂ້າງເທິງນັ້ນ, ຮູບຮ່າງທີ່ໄດ້ຖືກຜະລິດໂດຍກົງຈາກຜະລິດຕະ ພັນຫຼືບໍ່ສາມາດຈຳແນກໄດ້ຈາກຮູບຊົງຕາມທຳມະຊາດຫຼື ຕາມທຳມະດາຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງ. ຮູບແບບດັ່ງກ່າວຕ້ອງບໍ່ມີການໃຫ້ສິດສ່ວນບຸກຄົນເພາະວ່າຄູ່ແຂ່ງທັງຫມົດທີ່ດຳເນີນ ງານໃນຕະຫລາດເພື່ອການຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນ ຕ້ອງສາມາດນຳໃຊ້ຮູບຮ່າງທີ່ຄື ກັນຫຼືທີ່ຄ້າຍຄືກັນໄດ້ຢ່າງອິດສະຫຼະໃນການເຊື່ອມຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນຂອງພວກເຂົາເຈົ້າໂດຍບໍ່ມີ ພັນທະຜູກມັດໃນການຮຽກຮ້ອງໃດໆຈາກຄູ່ແຂ່ງໃດຫນຶ່ງ. ການໃຫ້ສິດຜູກຂາດກັບເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າໃນຮູບແບບທີ່ມີມີທົ່ວໄປ ຫຼືມີຄວາມຈຳເປັນໃນທາງການຄ້າຈະຈຳກັດການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ ເປັນທຳໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວ ໂດຍມີຜົນກະທົບທາງລົບຕໍ່ເສດຖະກິດແລະ ສາທາລະນະຊົນ

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຮູບຊົງທີ່ທຳມະດາຂອງສິນຄ້າຈະບໍ່ຖືກຍອມຮັບຈາກຜູ້ບໍລິໂພກໃນການ ຕັດສິນໃຈຊື້. ເພື່ອຈະໄດ້ຮັບການຈຳແນກໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນໄດ້, ຮູບຊົງຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼື ຮູບຊົງຂອງຊຸດຜະລິດຕະພັນຫຼືພາຊະນະບັນຈຸຕ້ອງມີຄວາມໂດດເດັ່ນຫຼາຍກວ່າຮູບຊົງທີ່ມີຢູ່ທົ່ວໄປ ຕາມປົກກະຕິ ຫຼືຕ້ອງການໃນການຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ຮູບຮ່າງຕ້ອງຖືກແຍກອອກຢ່າງຈະແຈ້ງຈາກ ຮູບຮ່າງທີ່ຄາດໄວ້ຫຼື ນຳ ໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວ ແລະ ສາມາດສ້າງຄວາມປະທັບໃຈໃຫ້ຜູ້ ບໍລິໂພກໃນຄວາມໝາຍທີ່ວ່າ ຮູບຮ່າງດັ່ງກ່າວແມ່ນສະແດງເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າໄດ້.

[36] ສານຍຸຕິທຳເອີຣົບ, ວັນທີ 24 ພຶດສະພາ 2012 ຄະດີ C-98/11 P 'ຮູບຮ່າງຂອງຊັອກໂກແລດຮູບກະຕ່າຍກັບໂບສີແດງ' ທີ່ ຖືກຖ່າຍຈາກ http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf;jsessionid=9ea7d0f130de8db454cc04a44f3dabf88c90f1347635.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4OaNuOe0?text=&docid=123102&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=54008 9.

ຕົວຢ່າງ, ຮູບຮ່າງແຖບຊັອກໂກແລດທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະ ບຽນ ຢູ່ປະເທດມາເລເຊຍ ສໍາ ລັບສິນຄ້າປະເພດ "ເຂົ້າຈີ່ແລະເຂົ້າໜົມ, ຊັອກໂກແລັດແລະ ຜະລິດຕະພັນຊັອກໂກແລັດ", ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວແມ່ນບໍ່ມີລັກສະນະ ສະເພາະ, ບໍ່ພຽງພໍໃນການຈໍາແນກໃຫ້ເຫັນຄວາມແຕກຕ່າງຕາມທໍາມະຊາດ, ແລະມັນກໍ່ມີໃຫ້ເຫັນ ຢູ່ທົ່ວໄປໃນການຄ້າຊັອກໂກແລັດ:

ເລກທີເລກທີຍື່ນຄໍາຮ້ອງ TM 05015047 – 'SEASHELL CHOCOLATE BAR
[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍຫ້ອງການຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າຫາກມີສັນຍາລັກສະເພາະເຊັ່ນປ້າຍກໍາກັບ ຫຼືສ່ວນປະກອບທີ່ມີ ລັກສະນະອື່ນໆຕິດກັບຮູບຊົງທີ່ບໍ່ລັກສະນະສະເພາະ, ສະນັ້ນການປະສົມປະສານກັນ ກໍ່ສາມາດຖື ວ່າເປັນເອກະລັກສະເພາະເຈາະຈົງໂດຍລວມ.

ຄໍາຮ້ອງທີ່ຍື່ນເພື່ອຂໍຈົດທະບຽນຮູບຮ່າງຫຼືເພີ່ມເຕີມໃສ່ອາຄານຫຼືຮ້ານຄ້າອາດຈະເຮັດໃຫ້ມີ ການຄັດຄ້ານເກີດຂຶ້ນ ຖ້າຫາກຮູບຮ່າງດັ່ງກ່າວນັ້ນ ມັນທໍາມະດາຫຼືປົກກະຕິສໍາລັບຮ້ານຄ້າແລະພໍ່ຄ້າ ທີ່ນໍາສະເໜີສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນທາງການຄ້າ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສໍານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຟິລິບປິນ ໄດ້ພົບວ່າ ບັນດາໜ້າຮ້ານ ຕໍ່ໄປນີ້ ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສໍາລັບ*ການບໍລິການບັນເທີງແລະການພັກຜ່ອນໄດ້ ເລີຍ:*

ການອອກແບບທາງໜ້າຮ້ານ ປະກອບດ້ວຍຮູບຊົງແລະສີທີ່ແຕກຕ່າງກັນ, ໃນຂະນະທີ່ເພີ່ມຄວາມງາມທີ່ຫນ້າສົນໃຈ, ມັນບໍ່ໄດ້ເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍໂດດເດັ່ນຄືກັນກັບທີ່ພົບເຫັນທົ່ວໄປໃນສະຖານທີ່ພັກຜ່ອນແລະສະຖານທີ່ບັນເທີງ. ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ສະໝັກມີຄວາມຜູກຂາດກັບຄຸນສົມບັດທີ່ຈຳເປັນໃນສະຖານທີ່ພັກຜ່ອນແລະສະຖານທີ່ພັກຜ່ອນ.

2.1.5.2 ຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະຕາມການໃຊ້ວຽກຫຼືຜົນກະທົບທາງເຕັກນິກ

ຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືພາຊະນະການບັນຈຸທີ່ເກີດຈາກການພິຈາລະນາການໃຊ້ວຽກໃຫ້ເປັນປະໂຫຍດຫຼືທີ່ກໍ່ໃຫ້ເກີດຜົນກະທົບທາງເຕັກນິກ, ລວມທັງຂໍ້ໄດ້ປຽບດ້ານເສດຖະກິດຫຼືໃນພາກປະຕິບັດ ສຳລັບຂັ້ນຕອນການຜະລິດຫຼືຂະບວນການຜະລິດ, ບໍ່ສາມາດໃຊ້ຈຳແນກຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້ ໃນລະຫວ່າງການແລກປ່ຽນແລະບໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້. ນັກກວດສອບມີຄວາມຈຳເປັນທີ່ຈະຕ້ອງຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນຮູບແບບສາມມິຕິນັ້ນ, ໂດຍບໍ່ສົນໃຈເລື່ອງປະເພດຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຈະໄປນຳໃຊ້ [37]

ຄຸນສົມບັດຂອງຮູບຮ່າງທີ່ຕອບສະໜອງຕໍ່ການພິຈາລະນາໃນການໃຊ້ວຽກຫຼືໃຫ້ມີຜົນທາງດ້ານເຕັກນິກຫຼືມີປະໂຫຍດຕໍ່ "ການແກ້ໄຂບັນຫາທາງວິຊາການ" ຫຼືການປະດິດສ້າງ ອີງຕາມນະໂຍບາຍສາທາລະນະ, ຮູບຮ່າງທີ່ມີການໃຊ້ວຽກໄດ້ຫຼືຖືກກຳນົດທາງດ້ານເຕັກນິກຄວນໄດ້ຮັບສິດທາງຊັບສິນທາງປັນຍາ ແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວຜ່ານລະບົບສິດທິບັດເທົ່ານັ້ນ (ລວມທັງການຄຸ້ມຄອງຮູບແບບມີຜົນປະໂຫຍດ) ທີ່ມີເງື່ອນໄຂແລະຂໍ້ກຳນົດກົດໝາຍທີ່ເໝາະສົມເພື່ອປະເມີນວ່າ ການໃຫ້ສິດທິພິເສດນັ້ນ ສິດທິຈະຖືກຮັບປະກັນສຳລັບຮູບຮ່າງດັ່ງກ່າວ.

ລະບົບສິດທິບັດຈະກຳນົດເງື່ອນໄຂສະເພາະສຳລັບການຄຸ້ມຄອງວິທີການແກ້ໄຂບັນຫາທາງດ້ານເຕັກນິກແລະຈະຈຳກັດການໃຫ້ສິດຜູກຂາດຕໍ່ເຕັກໂນ�โลยีທີ່ບໍ່ຕອບສະໜອງຕາມເງື່ອນໄຂເຫຼົ່ານັ້ນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ໃນກໍລະນີທີ່ໄດ້ຮັບສິດທິບັດ, ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວໄລຍະເວລາຈະບໍ່ເກີນໄລຍະເວລາມາດຕະຖານທີ່ແມ່ນ 20 ປີຫຼັງຈາກນັ້ນ ເຕັກໂນ�โลยีທີ່ຖືກເປີດເຜີຍໃນສິດທິບັດ ກໍ່ຈະກາຍໄປເປັນຂອງສາທາລະນະ.

ຖ້າຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ໄດ້ຖືກກຳນົດໃນທາງເຕັກນິກໄດ້ຮັບສິດທິແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວໂດຍຜ່ານລະບົບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ຜ່ານການແກ້ບັນຫາດ້ານວິຊາການ (ສິ່ງປະດິດສ້າງແລະຮູບແບບຈຳລອງການນຳໃຊ້ຕ່າງໆ) ອາດຈະຖືກຄວບຄຸມແບບເປັນສ່ວນຕົວໂດຍມີການຕໍ່ອາຍຸການຄ້າ.

[37] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 11.3 ແລະ 11.4, ແລະ ພາກ 6, ຂໍ້ 2.

ການຈັດສັນຮູບຮ່າງການໃຊ້ວຽກແບບຖາວອນນີ້ ຈະໄປຂັດກັບນະໂຍບາຍສາທາລະນະທີ່ມີຈຸດປະສົງເພື່ອສ້າງຄວາມສະດວກໃນ *ການເຜີຍແຜ່* ແລະເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຢີໃໝ່ໆ ໂດຍການ ນຳເອົາວິທີການແກ້ໄຂບັນຫາທາງດ້ານເຕັກນິກໄປສູ່ສາທາລະນະຢ່າງໄວທີ່ສຸດ.

ນັກກວດສອບຄວນສະແດງຄວາມຄັດຄ້ານ ຖ້າຄຸນລັກສະນະຕົ້ນຕໍຂອງຮູບຮ່າງມີລັກສະນະໃຊ້ວຽກຕາມໜ້າທີ່, ເຖິງແມ່ນວ່າຮູບຮ່າງຈະມີຄຸນສົມບັດອື່ນໆທີ່ບໍ່ມີຄຸນລັກສະນະທີ່ໃຊ້ວຽກໄດ້ຫຼືທາງເຕັກນິກກໍ່ຕາມ ຮູບຮ່າງຄວນໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາວ່າ ມີລັກສະນະໃຊ້ວຽກຕາມໜ້າທີ່ ແລະ ຈະຖືກປະຕິເສດ - ບໍ່ວ່າໃນກໍລະນີໃດກໍ່ຕາມທີ່ອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນຂອງຮູບຮ່າງມີຜົນກະທົບທາງດ້ານເຕັກນິກ, ເສດຖະກິດ, ການຄ້າຫຼືການດຳເນີນການທີ່ກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ.

ຮູບຮ່າງອັນໃດໜຶ່ງຄວນພິຈາລະນາວ່າມີລັກສະນະໃຊ້ວຽກຕາມໜ້າທີ່ໃນກໍລະນີຕໍ່ໄປນີ້, ໂດຍສະເພາະ:

- ຮູບຮ່າງແມ່ນສິ່ງທີ່ຈຳເປັນເພື່ອໃຫ້ສາມາດນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນໄດ້ຕາມ *ຈຸດປະສົງທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້* ຫຼື ມັນເປັນຮູບຊົງຕາມຫຼັກສະລີລະສາດສຳລັບຜະລິດຕະພັນ;
- ຮູບຊົງຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດມີການຜະລິດ ຫຼື ການປະກອບຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າທີ່ມີ *ປະສິດທິພາບ ຫຼື ປະຫຍັດກວ່າເກົ່າ* (ເຊັ່ນ ດ້ວຍການປະຢັດວັດສະດຸຫຼືພະລັງງານ);
- ຮູບຮ່າງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການ*ຂົນສົ່ງຫຼືການຈັດເກັບມ້ຽນສິນຄ້າ*;
- ຮູບຊົງເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນ*ແຂງແຮງຫລາຍຂຶ້ນຫຼືມີປະສິດທິພາບທີ່ດີຂຶ້ນຫຼືຄວາມທົນທານ*;
- ຮູບຮ່າງຊ່ວຍໃຫ້ຜະລິດຕະພັນສາມາດ*ເຊື່ອມຕໍ່ຫຼືເຊື່ອມຕໍ່ກັບ*ຜະລິດຕະພັນອື່ນໄດ້ຢ່າງພໍດີ.

ຮູບຮ່າງທີ່ໄດ້ຖືກເປີດເຜີຍແລະຮຽກຮ້ອງສິດໃນສິດທິບັດ ຫຼື ໃນເອກະສານດ້ານວິຊາການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບປະເພດຜະລິດຕະພັນທີ່ຈະຈົດທະບຽນແມ່ນຖືວ່າ ເປັນຮູບແບບການໃຊ້ງານ, ຍ້ອນວ່າ ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງສິດຢູ່ໃນສິດທິບັດ ຕ້ອງກຳນົດເປັນການແກ້ໄຂບັນຫາເຕັກນິກໃດໜຶ່ງ.

ເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດຕາມການໃຊ້ວຽກຂອງຮູບຮ່າງນັ້ນ ບໍ່ສາມາດເອົາຊະນະໄດ້ໂດຍການສະແດງຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ມັນໄດ້ມາ. ເຖິງແມ່ນວ່າຮູບຮ່າງທີ່ໃຊ້ວຽກໄດ້ນັ້ນ, ໃນຄວາມເປັນຈິງ, ຈະໄດ້ຮັບການຍອມຮັບຈາກຜູ້ບໍລິໂພກວ່າເປັນຕົວຊີ້ບອກເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າຫຼືພົບວ່າມັນມີມີລັກສະນະສະເພາະ, ຮູບຮ່າງດັ່ງກ່າວບໍ່ຄວນເອົາໄປຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ.

ຕົວຢ່າງ, ຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນຕ່ໍາໄປນີ້ອາດຈະຖືກປະຕິເສດບໍ່ໃຫ້ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສໍາລັບຜະລິດຕະພັນນັ້ນໆ ໂດຍອີງໃສ່ການພິຈາລະນາການໃຊ້ວຽກຂອງມັນ:

[ຕົວຢ່າງຈາກການຍື່ນເອກະສານເຄື່ອງໝາຍການຄ້າພາຍໃຕ້ອະນຸສັນຍາ Madrid.
ເບິ່ງ http://www.wipo.int/romarin/]

ສໍາລັບ“ແສງໄຟເພື່ອໃຊ້ໃນທາງການແພດ, ກໍ່ຄືໄຟເພື່ອການປະຕິບັດຫນ້າ”
[ຕົວຢ່າງຈາກການນໍາໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ເລກທີ 1061514 ພາຍໃຕ້ອະນຸສັນຍາມາດຣິດ.
http://www.wipo.int/edocs/madgdocs/en/2010/madrid_g_2010_52.pdf

ຖ້າຫາກວ່າຮູບຮ່າງສາມາດໃຊ້ວຽກໄດ້ເພາະວ່າມັນມີຜົນກະທົບດ້ານເຕັກນິກຫຼືຂໍ້ໄດ້ປຽບໃນການນໍາໃຊ້. (ລວມທັງຂັ້ນຕອນການຜະລິດ, ການປະກອບ, ການຂົນສົ່ງ, ຫຼືການນໍາໃຊ້ຜະລິດຕະພັນເພື່ອຈຸດປະສົງທີ່ໄດ້ວາງໄວ້)ນັ້ນແລ້ວ, ການຄັດຄ້ານກໍ່ແມ່ນບໍ່ສາມາດຖືກຍົກເລີກໄດ້, ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີຮູບຮ່າງອື່ນໆທີ່ທຽບເທົ່າ ກັບການໃຊ້ວຽກຫຼືໃຫ້ຜົນກະທົບຫຼືຂໍ້ໄດ້ປຽບອັນດຽວກັນກໍ່ຕາມ.

ຕົວຢ່າງ, ຮູບຮ່າງຂອງສ່ວນປະກອບຂອງສິນຄ້າດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ (ຫົວມີດແຖໄຟຟ້າ) ແມ່ນ ສາມາດໃຊ້ວຽກໄດ້ຕາມໜ້າທີ່, ສະນັ້ນ ມັນບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້ ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີຮູບ ຮ່າງອື່ນໆທີ່ສຳລັບສິນຄ້າປະເພດດຽວກັນກໍ່ຕາມ

[ຕົວຢ່າງຕາມ ລຳດັບ, ຈາກ:
http://www.ippt.eu/files/2002/IPPT20020618_ECJ_Philips_v_Remington.pdf ແລະຈາກບົດແນະ ນຳ EUIPO ພາກ B, ຂໍ້ 4, ຂໍ້ຍ່ອຍ 2.5.3]

ຕົວຢ່າງອີກອັນໜຶ່ງຂອງຮູບຮ່າງທີ່ໃຊ້ວຽກໄດ້ເຊິ່ງບໍ່ໄດ້ລວມເຂົ້າໃນການຈົດທະບຽນຂອງ ເຄື່ອງໝາຍ ເນື່ອງຈາກວ່າ ການໃຊ້ວຽກຂອງມັນແມ່ນເຄື່ອງຫລິ້ນຕົວຕໍ່ເລໂກສີແດງ.[38]

ຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ, ຮູບຮ່າງສາມມິຕິ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກພົບເຫັນວ່າໃຊ້ວຽກໄດ້ແລະມີ ຜົນດ້ານເຕັກນິກແລະໄດ້ຖືກປະຕິເສດທີ່ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບຜະລິດຕະພັນ ທີ່ລະບຸໄວ້:

[38] ເບິ່ງການຕັດສິນຂອງສານຍຸຕິທຳເອີຣົບ C-48/09 'ເຄື່ອງຫລິ້ນຕົວຕໍ່ເລໂກສີແດງ' ໃນວັນທີ 14 ກັນຍາ 2010. ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 11.3, ແລະ ບົດ 6, ຂໍ້ 3

ສຳລັບ"ກ່ອງໃສ່ເຄື່ອງປະດັບ, ກັບສຳລັບໃສ່ໂມງແລະຊ່ຳງແປງໂມງ"
ຄຳຮ້ອງເລກທີ: 4-2012-26667

ສຳລັບ "ເສົາອາກາດ" - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2004-09042

ຢູ່ປະເທດສິງກະ�โป, ກໍລະນີຂອງບໍລິສັດSociété des Produits Nestlé SA v Petra Foods Ltd [2017] 1 SLR 35, ທີ່ໄດ້ພິຈາລະນາສອງຮູບຮ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ຄຸນລັກສະນະຕົ້ນຕໍຂອງເຄື່ອງໝາຍແບບຮູບຮ່າງໄດ້ຖືກກຳນົດ ແລະພິຈາລະ ນາ ແລ້ວວ່າຄຸນລັກສະນະແຕ່ລະອັນນັ້ນ ໄດ້ເຮັດໜ້າທີ່ດ້ານເຕັກນິກ.

ຄຸນລັກສະນະທີ່ສຳຄັນຂອງເຄື່ອງໝາຍແບບຮູບຮ່າງເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນ (1) ຮູບຊົງ "ແຜ່ນພື້ນ" ຮູບສີ່ຫລ່ຽມຍາວ, ລວມທັງສັດສ່ວນຂອງຄວາມກວ້າງ, ຄວາມຍາວແລະຄວາມເລິກທີ່ພົວພັນກັນ (2) ທີ່ວ່າການມີຕີວຕົນ, ມີຕຳແໜ່ງ ແລະຄວາມເລິກຂອງຮ່ອງຕາມລວງຍາວໃນແຕ່ລະແຖບແລະ (3) ຈຳນວນຂອງຮ່ອງຂອງແຖບແຕ່ລະແຖບ ເຊິ່ງເມື່ອລວມກັບຄວາມກວ້າງຂອງແຖບນັ້ນ, ໄດ້ກຳນົດຈຳນວນທ່ອນໃນແຖບນັ້ນ.

ຄຸນລັກສະນະທີ່ສຳຄັນແຕ່ລະອັນຂອງເຄື່ອງໝາຍຮູບຮ່າງນັ້ນ ໄດ້ຖືກພົບເຫັນວ່າມີຄວາມຈຳເປັນສຳລັບຜົນທີ່ໄດ້ຮັບທາງດ້ານເຕັກນິກທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງ, ເຖິງແມ່ນວ່າມັນມີລັກສະນະແຕກຕ່າງກັນກໍ່ຕາມ ຄຸນລັກສະນະອັນທຳອິດ (ເຊັ່ນວ່າ ຮູບຊົງແບບ "ແຜ່ນພື້ນ" ສີ່ຫລ່ຽມ) ເປັນວິທີທີ່ມີປະສິດທິພາບທີ່ສຸດໃນການການຕັດແທ່ງແບບຄູ່ຂະຫນານເພື່ອປ້ອງກັນການຕົກເຮ່ຍເສຍຫາຍ, ຄຸນລັກສະນະທີສອງ (ເຊັ່ນວ່າການມີຕີວຕົນ, ມີຕຳແຫນ່ງ ແລະຄວາມເລິກຂອງຮ່ອງທີ່ແຍກອອກຈາກກັນ) ແບ່ງແທ່ງອອກເປັນທ່ອນໆທີ່ຖອດອອກໄດ້. ຄຸນລັກສະນະທີສາມ (ຈຳນວນຂອງຮ່ອງແຕກ) ໄດ້ໃຫ້ມີການໃຊ້ວຽກທາງເຕັກນິກເພື່ອໃຫ້ອອກເປັນສ່ວນຕ່າງໆທີ່ມີຂະໜາດທີ່ ເໝາະສົມສຳລັບການບໍລິໂພກທີ່ຫນ້າພໍໃຈແລະສະດວກສະບາຍ.

ໃນມຸມມອງຂອງສິ່ງທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ, ເຄື່ອງໝາຍແບບຮູບຮ່າງທັງສອງຈຶ່ງຢູ່ພາຍໃຕ້ຂໍ້ຫ້າມບໍ່ໃຫ້ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີພຽງແຕ່ຮູບຮ່າງຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ຈຳເປັນເພື່ອບັນລຸຜົນທາງດ້ານເຕັກນິກເທົ່ານັ້ນ.

ປະເພດຂອງຮູບຮ່າງທີ່ເປັນປະໂຫຍດໃຊ້ວຽກໄດ້ທີ່ອາດຈະບໍ່ເໝາະສົມສຳລັບການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າແມ່ນຮູບແບບພື້ນຜິວທີ່ມີຫນ້າທີ່ໃຫ້ການຍຶດເກາະ, ການຍຶດຕິດ, ຫຼື ຜົນກະທົບທາງດ້ານກາຍະພາບຫຼືທາງດ້ານເຕັກນິກອື່ນໆ. ຄວາມຈິງມັນມີຢູ່ວ່າ ຮູບແບບພື້ນຜິວດັ່ງກ່າວອາດຈະເຮັດໃຫ້ເກີດມີຄວາມສວຍງາມ, ຫຼືກເປັນການຕົກແຕ່ງ ທີ່ບໍ່ສາມາດເອົາຊະນະການຄັດຄ້ານໃດໆທີ່ເກີດຂຶ້ນຈາກການນຳໃຊ້ຂອງມັນ, ຖ້າຫາກມີ.

ຕົວຢ່າງ, ມັນກໍ່ບໍ່ສາມາດທີ່ຈະອ້າງວ່າຮູບແບບພື້ນຜິວທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບຢາງລົດ ຫຼື ເກີບໃສ່ແລ່ນກີລາ ຕາມລຳດັບ, ໃນຂອບເຂດທີ່ມີລັກສະນາຕາມການໃຊ້ວຽກ:

[ຕົວຢ່າງຕາມລຳດັບຈາກ: https://www.tyresizecalculator.com/plus- sizing/tyre-patterns ແລະ ຈາກ http://thumbs.dreamstime.com/x/running-shoe- yellow-black-tread-pattern-11961527.jpg]

ຮູບຮ່າງທີ່ເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນມີ *ມູນຄ່າເພີ່ມ* ຫຼາຍຂຶ້ນນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະຕາມການໃຊ້ວຽກແລະຄວນຈະມີໃຫ້ກັບຜູ້ແຂ່ງທາງການຄ້າທຸກຄົນໄດ້ໃຊ້. ອັນນີ້ກໍ່ແມ່ນສອດຄ່ອງກັບນະ�โยบายสาทาละนะของการเพิ่มประสิดทิพาบในการแข่งขันทางการค้าและการป้องกันการผูกขาดรูบร่างที่มีคุณค่าทางเสดถะกิด, ย้อนว่าการแข่งขันมักจะเรัดให้มีท่าอ่ຽงที่ຈະເພີ່ມການຈັດຫາສິນຄ້າຈຳນວນຫລາຍໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນໃນລາຄາທີ່ຖືກກວ່າ.[39]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຮູບຊົງທີ່ໃຊ້ໃນການເຈຍລະໄນແກ້ວແລະອັນຍະມະນີເພື່ອໃຫ້ສະທ້ອນແສງສະຫວ່າງໄດ້ດີກວ່າຫຼືໃຫ້ເຫັນໄດ້ແຈ້ງນັ້ນ ຈະເພີ່ມມູນຄ່າທີ່ແທ້ຈິງໃຫ້ກັບອັນຍະມະນີແລະເຄື່ອງປະດັບຕ່າງໆ. ໃນຄວາມເປັນຈິງແລ້ວ, ການເຈຍລະໄນອັນຍະມະນີແມ່ນໜຶ່ງໃນປັດໃຈສຳຄັນທີ່ກຳນົດມູນຄ່າທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນ. ອັນຍະມະນີທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບຮູບຮ່າງທີ່ຖືກຕ້ອງເຫມາະສົມນັ້ນ ຈະສູນເສຍມູນຄ່າການຄ້າໄປ. ສະນັ້ນ, ຮູບຊົງດັ່ງກ່າວຈະໃຊ້ວຽກໄດ້ໃນລະດັບໃດໜຶ່ງທີ່ວ່າ ຖ້າຫາກໃຫ້ຮູບຮ່າງທີ່ແຕກຕ່າງຈາກຜະລິດຕະພັນນັ້ນ, ຜະລິດຕະພັນຈະບໍ່ສາມາດໃຊ້ວຽກໄດ້ຕາມຈຸດປະສົງ.

ຕົວຢ່າງ, ຮູບສາມມິຕິທີ່ສະແດງຢູ່ທາງລຸ່ມນີ້ ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບອັນຍະມະນີຫຼື ເຄື່ອງປະດັບໄດ້:

[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://www.turbosquid.com/3d-models/maya-gem-cuts/720214]

[39] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 6, ຂໍ້ 4.

2.1.6 ຮູບແບບລວດລາຍແລະການອອກແບບໃສ່ເທິງພື້ນຜິວ

ລວດລາຍຕ່າງໆມັກຖືກນຳໃຊ້ກັບພື້ນຜິວຂອງຜະລິດຕະພັນບາງຊະນິດຫຼືນຳໄປໃຊ້ໃນ ຜະລິດຕະພັນທີ່ລຽບເຊັ່ນ: ແຜ່ນແພແລະວັດສະດຸທີ່ເປັນຜ້າ (ແຜ່ນແພ), ເຄື່ອງນຸ່ງ, ວໍເປເປີ, ກະເບື້ອງ, ເຄື່ອງໃຊ້ເທິງຫນ້າໂຕະ, ເຄື່ອງໜັງ ແລະຜະລິດຕະພັນອື່ນໆທີ່ຄ້າຍຄືກັນ.[40] ຮູບແບບ ດັ່ງກ່າວໂດຍປົກກະຕິແລ້ວນັ້ນ ຈະບໍ່ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ໂດຍຜູ້ຄົນທົ່ວໄປວ່າມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ທີ່ບົ່ງບອກເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າ ແຕ່ກົງກັນຂ້າມ, ພວກມັນກໍ່ເປັນພຽງແຕ່ສ່ວນປະກອບຂອງ ຕົກແຕ່ງຫຼືການອອກແບບທີ່ເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນມີຄວາມໜ້າສົນໃຈຫຼາຍຂຶ້ນ.

ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ຮູບແບບລວດລາຍທີ່ໃສ່ເທິງພື້ນຜິວຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ຈະເຮັດໜ້າ ທີ່ເປັນການອອກແບບຂອງສິນຄ້າແລະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເຫັນວ່າມັນເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຜະລິດຕະພັນ. ມັນຈະບໍ່ຖືກເບິ່ງວ່າເປັນສັນຍາລັກທີ່ໂດດເດັ່ນແລະແຍກອອກຈາກຜະລິດຕະພັນທີ່ເພີ່ມເຂົ້າໄປ ເພື່ອການບອກແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າ. ຮູບແບບດັ່ງກ່າວບໍ່ສາມາດໃຊ້ ເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້ແລະນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນຂອງຮູບແບບນີ້.

ຕົວຢ່າງ, ຮູບແບບລວດລາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ຕິດໃສ່ຜະລິດຕະພັນຈະບໍ່ຖືກເບິ່ງວ່າເປັນເຄື່ອງ ໝາຍ:

[ຕົວຢ່າງຕາມລຳດັບ ຈາກ: https://scrappychicksonvinyl.com/products/copy- of-sweet-baby-plaid-pattern-vinyl-and-heat-transfer-vinyl ແລະ http://nattosoup.blogspot.com/2013/03/creating-plaid-patterns-with-copics- and.html]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຮູບແບບຂອງຮູບວໍເປເປີ, ເຄື່ອງໃຊ້ເທິງຫນ້າໂຕະ, ຜ້າປູໂຕະແລະຜະລິດຕະ ພັນທີ່ຄ້າຍຄືກັນໂດຍປົກກະຕິແລ້ວນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ຖືກເບິ່ງໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກວ່າມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແຕ່ເປັນການອອກແບບຜະລິດຕະພັນຕົກແຕ່ງຫຼືປະດັບປະດາ ຍົກຕົວຢ່າງ:

[40] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີລົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 13

[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://printpattern.blogspot.com/2011/02/wallpaper-elle- decoration.html]

ຕົວຢ່າງ, ການອອກແບບໃສ່ເທິງພື້ນຜິວທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນຢູ່ຫວຽດນາມ ຍ້ອນພວກເຂົາບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະໃນແງ່ຂອງສິນຄ້າທີ່ໄດ້ລະບຸ:

ສຳລັບ"ວັດສະດຸກໍ່ສ້າງ, ທີ່ບໍ່ແມ່ນໂລຫະ"- ຄຳຮ້ອງເລກທີ 4-2009-23542
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເຫດຜົນຕົ້ນຕໍຂອງການປະຕິເສດນີ້ອາດຈະຖືກເອົາຊະນະໄດ້ໃນແງ່ຂອງຮູບແບບສະເພາະເຊິ່ງຜູ້ຮ້ອງຂໍໄດ້ພິສູດວ່າ ຮູບແບບດັ່ງກ່າວແມ່ນມີລັກສະນະສະເພາະແລະສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງ ໝາຍການຄ້າໄດ້ຢ່າງມີປະສິດຕິຜົນເມື່ອນຳໄປໃຊ້ໃນການຄ້າສຳລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການໂດຍສະເພາະ.

ຕົວຢ່າງ, ຮູບແບບລວດລາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ພົບວ່າມີລັກສະນະສະເພາະໃນປະເທດມາເລເຊຍ:

07015465 – Louis Vuitton Malletier

00004038 – ບໍລິສັດBURBERRY ຈຳກັດ.
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

2.1.7 ປ້າຍກຳກັບແລະຂອບຮຸບທົ່ວໄປ

ປ້າຍກຳກັບແລະຂອບບາງອັນແມ່ນເປັນເລື່ອງທຳມະດາຫຼືປົກກະຕິໃນການຄ້າທົ່ວໄປຫຼືທີ່ກ່ຽວກັບອຸດສະຫະກຳສະເພາະໃດ ໜຶ່ງ ແລະສະນັ້ນ ບໍ່ສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ຈາກຜູ້ຄົນທົ່ວໄປວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍ ໂດຍສະເພາະທີ່ສະແດງເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າ. [41]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃນປະເທດຫວຽດນາມ, ປ້າຍກຳກັບດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຍ້ອນເຫດຜົນທົ່ວໄປທີ່ທຳມະດາແລະບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ:

[41] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 10

ສຳລັບ"ຢາປົວພະຍາດ"- ເລກທີຄຳຮ້ອງ 4-2008-18928

ສຳລັບສິນຄ້າໃນຫມວດ 30 - ເລກທີຄຳຮ້ອງ 4-2002-07244
[ຕົວຢ່າງໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຫວຽດນາມ]

ຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງປ້າຍກຳກັບແລະຂອບຮູບທີ່ປົກກະຕິແລ້ວຈະບໍ່ຖືກຮັບຮູ້ວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງຕົນເອງ, ໂດຍບໍ່ຄຳນຶງເຖິງວ່າຈະເປັນປະເພດຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການ ນຳໃຊ້:

[ຕົວຢ່າງ, ຕາມລຳດັບ, ຈາກ: http://www.4shared.com/all-images/IlUk98vo/Simple_Label_Frames_Set_2.html ແລະຈາກ https://www.etsy.com/hk-en/listing/608819788/label-frame-svg-label-frame- clipart]

ໃນຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ, ຖ້າຫາກມີການໃສ່ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະ (ຂໍ້ຄວາມ ຫຼື ທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ) ໃສ່ປ້າຍກຳກັບແລະຂອບຮູບທີ່ເປັນພື້ນຖານທົ່ວໄປນັ້ນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ອອກມາ ກໍ່ອາດຈະເປັນທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະແລະກໍ່ຖືກຈົດທະບຽນທັງ ໝົດ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ປ້າຍກຳກັບຫຼືຂອບຮູບອາດຈະຖືກພົບເຫັນວ່າມີລັກສະນະທີ່ສະເພາະ ເຊິ່ງມັນບໍ່ແມ່ນສິ່ງທີ່ພົບເຫັນໄດ້ທຳ ມະດາໃນທາງການຄ້າ, ຫຼືຖ້າມັນມີສ່ວນປະກອບຫຼືຄຸນ ລັກສະນະທີ່ໂດດເດັ່ນພຽງພໍ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ອຸປະກອນຕິດປ້າຍທີ່ໃຫ້ເຫັນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ພົບວ່າມີຄວາມສວຍງາມແລະໂດດ ເດັ່ນພໍສົມຄວນໃນປະເທດມາເລເຊຍ:

02006414 - SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.

03003257 - SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

2.1.8 ອະລິໂຄສະນາງ່າຍໆ

ການໂຄສະນາ ຫຼື ອະລິໂຄສະນາທີ່ສົ່ງເສີມການຂາຍແລະຄຳຂວັນແບບງ່າຍໆທີ່ມີຂໍ້ຄວາມກ່ຽວກັບການຂາຍແບບມາດຕະຖານຫຼືຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ, ການບໍລິການຫຼືກ່ຽວກັບພໍ່ຄ້າ ຈະບໍ່ຖືກເບິ່ງເປັນຕົວຊີ້ບອກຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າ ອະລິແລະຄຳຂວັນດັ່ງກ່າວນັ້ນ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນແລະບໍ່ສາມາດໃຊ້ເປັນເຄື່ອງ ໝາຍໄດ້ ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານໂດຍອີງໃສ່ເຫດຜົນເຫຼົ່ານີ້. [42]

ອະລິຫຼືຄຳຂວັນສາມາດຖືວ່າມີລັກສະນະສະເພາະພຽງພໍ ຖ້າມັນແຕກຕ່າງຈາກທົ່ວໄປຫຼືໂດດເດັ່ນຍ້ອນເຫດຜົນຂອງຄວາມ ໝາຍ, ການເລືອກໃຊ້ຄຳສັບ, ຫຼືໂຄງສ້າງ, ຕົວຢ່າງໃນກໍລະນີຕໍ່ໄປນີ້: [43]

- ປະໂຫຍກມີຫຼາຍກວ່າໜຶ່ງຄວາມໝາຍ ແລະຄວາມໝາຍທີສອງແມ່ນຖືກປິດບັງ, ບໍ່ໂດດເດັ່ນ, ຫຼືຜິດປົກກະຕິໃນແງ່ຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຖືກໂຄສະນາ;
- ຄຳຂວັນນັ້ນໃຊ້ການຫລິ້ນສຳນວນຫຼືຄຳສັບໃນແບບທີ່ບໍ່ທຳມະດາ;
- ປະໂຫຍກມີສ່ວນປະກອບຂອງຄວາມແປກໃຈຫຼືຄວາມໝາຍທີ່ບໍ່ຄາດຄິດ;
- ຄຳຂວັນນຳສະເໜີຂໍ້ຂັດແຍ່ງຫຼືຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີຄວາມພະຍາຍາມຕີຄວາມໝາຍ
- ປະໂຫຍກ;ທີ່ມີຄຳສັບທີ່ສອດຄ່ອງກັນຫຼືຈັງຫວະທີ່ງ່າຍຕໍ່ການຈື່ຈຳ.
- ປະໂຫຍກມີໄວຍາກອນແບບແປກໆຫຼືທີ່ແຕກຕ່າງຈາກທົ່ວໄປ.

ຕົວຢ່າງ, ປະໂຫຍກຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນເລື່ອງທຳມະດາຫຼືທົ່ວໄປແລະຈະບໍ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນ ພໍທີ່ຈະຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງ ໝາຍການຄ້າສຳລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການໃດໜຶ່ງໄດ້:

"ຍີ່ຫໍ້ທີ່ທ່ານສາມາດໄວ້ວາງใจໄດ້"

"ທ່ານຈະພົບສິ່ງດີໆກັບພວກເຮົາ"

"ພວກເຮົາເຮັດໃຫ້ສິ່ງຕ່າງໆດີຂຶ້ນ"

---

[42] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 6(1); ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມ ຫນ້າ 28; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 1(1) ແລະ 2(3); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 16.1 ແລະ 23.1 ແລະ 2, ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 26; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 10(1)(ດີ) ແລະ (ອີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ.2(ເຈ) ແລະ 13(ເອ) ແລະ (ບີ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.1 (ຈີ), (ເຮັຊ), (ໄອ), (ເຈ), ລະບຽບການ, ອາຣ์. 102 (ຈີ), (ເຮັຊ), (ໄອ), (ເຈ), ຄູ່ມື ໄອພີ ບົດ IX, ຫນ້າ 72; ຄູ່ມື ເອັສຈີທີເອັມ ບົດ 14 'ຄຳຂວັນ'; ທີເຮັຊ ທີເອັມ ເອ ເອັສ. 4 ' ເຄື່ອງໝາຍ ' ແລະ 7(2); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 74.2.ຊີ, ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.3.ຈີ.

[43] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 5, ແລະ ບົດ 4, ຂໍ້ 2.5

"ມັນບໍ່ແມ່ນພຽງແຕ່ນ້ຳເທົ່ານັ້ນ.... ແຕ່ເປັນນ້ຳເພື່ອສຸຂະພາບ!"[44]

ປະໂຫຍກເຫຼົ່ານີ້ປະກອບມີຄຳທີ່ກ່າວທົ່ວໄປຫຼືເປັນລັກສະນະການຍ້ອງຍໍໂດຍອ້າງເຖິງຄຸນລັກສະນະຫຼືຂໍ້ດີຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບປະໂຫຍກທີ່ໃຊ້. ອະລິເຫຼົ່ານີ້ຈະບໍ່ຖືກໃຫ້ເຂົ້າໃຈວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແຕ່ມັນແມ່ນສຳນວນການສະແດງອອກຂອງການຂາຍທົ່ວໄປ, ສະນັ້ນມັນບໍ່ແມ່ນສິ່ງທີ່ໂດດເດັ່ນທີ່ຈະພຽງພໍສຳລັບການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ອະລິໂຄສະນາດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກພິຈາລະນາວ່າບໍ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນພໍທີ່ຈະໄປຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍໃນປະເທດຟິລິບປິນສຳລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ໃຫ້ໄວ້:[45]

- "ພວກເຮົາຈັດສົ່ງສິ່ງທີ່ດີທີ່ສຸດ!" (ສຳ ລັບ ພົດຊາ, ພັສຕາ, ສະປາເກັດຕີ, ຫມີ່, ເຂົ້າຈີ່);
- "ທາງເລືອກສຸຂະພາບດີຂອງທ່ານ, ທາງເລືອກສຳລັບຄອບຄົວ, ທາງເລືອກທີ່ດີທີ່ສຸດຂອງທ່ານ" (ສຳລັບເຄື່ອງຫວານທີ່ເປັນ ທຳມະຊາດ);
- "ທາງອອກສຳລັບບັນຫາມົນລະພິດຈາກມຶມະນຸດ" (ສຳລັບການບໍລິການສິ່ງແວດລ້ອມ).

ເຊັ່ນດຽວກັນໃນປະເທດຫວຽດນາມ, ອະລິໂຄສະນາດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນຍ້ອນພວກມັນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ:[46]

- "ພວກເຮົາໃຫ້ທ່ານຫລາຍກວ່າ" (ສຳລັບການບໍລິການດ້ານ "ການຕະຫຼາດ" - ຄຳຮ້ອງເລກທີ 4-2012-01305);
- "ຄູ່ຮ່ວມງານຂອງທ່ານເພື່ອຄວາມສຳເລັດ" (ສຳລັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການໃນຫມວດ 9, 12, 14, 16, 20, 21, 25, 28, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 45). - ຄຳຮ້ອງເລກທີ 4-2008-9718);

[44] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ.

[45] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

[46] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍຫວຽດນາມ.

- “ທຶນການສຶກສາເພື່ອຄວາມສຳເລັດຂອງທ່ານ” (ສຳ ລັບການບໍລິການໃນຫມວດ 36 - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2008-09484.

ຢູ່ປະເທດໄທ, ປະໂຫຍກຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ:[47]

MORE THAN JUST A CLOUD

ສຳລັບການໂຄສະນາ, ການບໍລິຫານທຸລະກິດ, ການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນ,
ການຈັດການຖານຂໍ້ມູນ,ການຕະຫລາດຖານຂໍ້ມູນ

I CAN READ

ສຳລັບປາກກາ, ສໍຂຽນ, ຢາງລົບ, ປຶ້ມອ່ານ, ໃບປິວໂຄສະນາ, ນາມບັດ ແລະອື່ນໆ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ອະລິໂຄສະນາຕໍ່ໄປນີ້ສາມາດພິຈາລະນາເປັນທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະ ໃນປະເທດຟິລິບປິນ ແລະ ໄດ້ຖືກຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້:[48]

- “ຜູ້ທີ່ເປັນເຈົ້າແຫ່ງຄວາມພໍໃຈຂອງໂລກ” (ສຳລັບກະແລັມ, ນ້ຳຫມາກໄມ້ ຂະຫນົມແຊ່ເຢັນ ການກະກຽມເພື່ອປຸງສິນຄ້າທີ່ໄດ້ກ່າວມາ, ຂະຫນົມອົມ, ຊັອກໂກແລັດ, ຂະ ໜົມຊັອກໂກແລັດ);

- “ແນວປ້ອງກັນອັນທຳອິດຂອງທ່ານ” (ສຳລັບປືນ, ລູກປືນ, ອາໄຫລ່ປືນ)

- "ຮັກສາອາຍຸຂອງທ່ານໄວ້ເປັນຄວາມລັບ" (ສຳລັບສະບູ, ໂລຊັ່ນໃສ່ຜົມ, ນ້ຳມັນທາໂຕ).

ກ່ຽວກັບອະລິ ແລະ ຄຳເວົ້າ ທີ່ມີຄວາມໝາຍ ທີ່ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດ ແລະ ໜ້າຍ້ອງຍໍ ຊົມເຊີຍ, ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ຍ່ອຍ 2.3 ແລະ ໝວດທີ 3 ຂ້າງລຸ່ມນີ້.

[47] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

[48] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

2.2 ສັນຍາລັກທົ່ວໄປ, ທີ່ໃຊ້ປະຈຳ ແລະ ຈຳເປັນ [49]

2.2.1 ຄຳສັບທົ່ວໄປ, ທີ່ໃຊ້ປະຈຳ ຫຼື ທີ່ຈຳເປັນ

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍຄຳສັບທີ່ເປັນຄຳສະເພາະຫຼືຄຳສຳຄັນນັ້ນ, ເຊິ່ງອາດຈະເປັນຊື່ສາມັນ, ຊື່ທຳມະດາ, ຊື່ທົ່ວໄປ, ຊື່ທາງ ວິທະຍາສາດຫຼືວິຊາການ, ຫຼື ໃຊ້ກຳນົດຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການໃດໜຶ່ງ ຫຼືປະເພດສິນຄ້າຫຼືບໍລິການໃດ ໜຶ່ງນັ້ນ ບໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ສິດຜູກຂາດໂດຍຜູ້ຄ້າຂາຍໃດໜຶ່ງ ເພື່ອຈຳແນກຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການດັ່ງກ່າວ. ການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວ ຈະຕ້ອງບໍ່ເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ເພື່ອໃຫ້ຄູ່ແຂ່ງໃນຕະຫຼາດສາມາດນຳໃຊ້ດຳເນີນການຄ້າຂອງພວກເຂົາໄດ້ເປັນປົກກະຕິແລະບໍ່ໄດ້ຖືກບັນທອນສິດທິຈາກບຸກຄົນທີສາມ.

ບັນດາຄຳສັບດັ່ງກ່າວແມ່ນເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈກັນໃນວົງການນັກທຸລະກິດ, ຜູ້ບໍລິໂພກແລະປະຊາຊົນທົ່ວໄປ *ໂດຍລວມ* ເພື່ອກຳນົດສິນຄ້າແລະການບໍລິການໂດຍທົ່ວໄປ. ໃນພາກປະຕິບັດ, ຂໍ້ກຳນົດເຫຼົ່ານີ້ຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ຄ້າຂາຍສາມາດຕອບຂໍ້ສະເໜີຕໍ່ຜູ້ຊົມໃຊ້ໃນຄວາມໝາຍທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈະເຂົ້າໃຈ. ການປະເມີນເຫດຜົນຂອງ ການປະຕິເສດນີ້ ໄດ້ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການພິຈາລະນາກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງຫຼືປະເພດຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ຈະນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ. ຄຳສັບທີ່ເປັນແບບທົ່ວໄປສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງອາດມີລັກສະນະສະເພາະສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການປະເພດອື່ນໆ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຖ້ອຍຄຳຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ ເພາະວ່າມັນເປັນຄຳສັບທຳມະດາທົ່ວໄປ, ຄຳສັບທີ່ໃຊ້ປະຈຳ, ຫຼື ຈຳເປັນສຳລັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ລະບຸ:[50]

- "COTTON" ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຜ້າ, ເສື້ອຜ້າ, ເຄື່ອງຖັກ;
- "VASELINE" ສຳລັບຜະລິດຕະພັນດູແລຜິວໜັງ [51]

---

[49] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(1)(ຊີ) ແລະ (ດີ); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4(ເອ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ໜ້າ 30; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 20.ບີ) ແລະ ເອຟ), ແລະ ການຊີ້ແຈງ, ເອອາຣ໌ທີ. 20, point ເອຟ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 23.2, ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ໌ທີ. 40; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 10(1)(ດີ); ເອັມເອັມ; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ເຮັຊ) ແລະ (ໄອ), ລະບຽບການ, ອາຣ. 102.ເຮັຊ) ແລະ ໄອ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(1)(ຊີ) ແລະ (ດີ); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(2); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ບີ), ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.3.ອີ). ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 5.

[50] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ.

[51] ຄຳວ່າ "VASELINE" ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ ແລະ ປົກປ້ອງເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງໃນເຂດອຳນາດອື່ນ

ເຫດຜົນຂອງການປະຕິເສດໃນການຈົດທະບຽນນີ້ບໍ່ພຽງຈະແຕ່ໃຊ້ໄດ້ກັບຊື່ຂອງຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທີ່ເປັນຊື່ແບບທົ່ວໄປຫຼືມາດຕະຖານເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຍັງລວມໄປເຖິງຊື່ທີ່ກາຍເປັນທຳມະດາຫຼືຊື່ທີ່ໃຊ້ກັນທົ່ວໄປຫຼືໄດ້ຮັບຄວາມໝາຍໃຫມ່ທາງພາສາ ສຳລັບຜະລິດ ຕະພັນ ຫຼືການບໍລິການພາຍໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ, ທີ່ໄດ້ກຳນົດໃນຫມູ່ປະຊາກອນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ມັນກໍ່ເປັນເລື່ອງທຳມະດາທີ່ພົນລະເມືອງທີ່ເປັນຄົນໜຸ່ມໃນຊຸມຊົນນັ້ນ ມີແນວຄິດທີ່ຈະປະດິດຄິດແຕ່ງຫຼືການປະດິດຄິດສ້າງເພື່ອອອກແບບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງ. ສະນັ້ນການປະຕິເສດຈຶ່ງຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ປະເມີນ ໃນສະພາບການຂອງປະເທດໃດໜຶ່ງ ຫຼື ຊຸມຊົນໃດໜຶ່ງ ແລະໃນພາສາ ຫຼື ພາສາທີ່ໃຊ້ປາກເວົ້າໃນທ້ອງຖິ່ນນັ້ນ.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ ຖ້າຫາກຄຳວ່າ 'CHOPP' ຖືກນຳໄປໃຊ້ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກຫຼາຍຄົນໃນປະເທດໜຶ່ງເພື່ອກຳນົດບອກເຖິງ 'ເບຍສົດ' ນັ້ນ, ຄຳສັບດັ່ງກ່າວບໍ່ສາມາດອ້າງສິດເພື່ອຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບຜະລິດຕະພັນເບຍຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເບຍໃນປະເທດນັ້ນໆ.

ນອກເໜືອໄປຈາກຄຳສັບແບບທົ່ວໄປຫຼືແບບມາດຕະຖານແລ້ວ, ການອອກແບບທາງ*ວິທະຍາສາດ ແລະ ເຕັກນິກ*ຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້. ເຖິງແມ່ນວ່າປະຊາຊົນທົ່ວໄປ ອາດຈະບໍ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບບັນດາຄຳສັບດັ່ງກ່າວ ແຕ່ວົງການທຸລະກິດທີ່ແລະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຊ່ຽວຊານສະເພາະທາງນັ້ນ (ຕົວຢ່າງ: ທ່ານໝໍ, ນັກພັດທະນາຊອບແວຣ໌, ວິສະວະກອນອີເລັກໂຕຣນິກ, ແລະອື່ນໆ) ແລະຜູ້ທີ່ສະ ໝອງທາງດ້ານເຕັກນິກຂອງພວກເຂົາ ກໍ່ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການເຂົ້າເຖິງແບບບໍ່ຈຳກັດສຳລັບການກຳນົດຕ່າງໆໃນທາງວິທະຍາສາດແລະເຕັກນິກທີ່ໃຊ້ໃນການຄ້າ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ "RESISTOR" ອາດຈະບໍ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍທົ່ວໄປ ແຕ່ມັນກໍ່ມີຄວາມໝາຍທີ່ຈະແຈ້ງ (ໃນພາສາອັງກິດແລະພາສາອື່ນໆ) ສຳລັບຄົນທີ່ເຮັດທຸລະກິດໃນອຸດສາຫະກຳໄຟຟ້າເອເລັກໂຕຣນິກ. ສະນັ້ນ, ມັນກໍ່ບໍ່ສາມາດທີ່ຈະຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບຜະລິດຕະພັນແລະອຸປະກອນອີເລັກໂທຣນິກດັ່ງກ່າວໄດ້. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄຳສັບດັ່ງກ່າວ ອາດຈະຖືກຮັບຮູ້ໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງວ່າ ມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າອື່ນໆເຊັ່ນ: ເຄື່ອງນຸ່ງ ແລະເຄື່ອງແຕ່ງກາຍ, ຍ້ອນວ່າຄຳແບບນີ້ ບໍ່ໄດ້ເປັນທີ່ນິຍົມເພື່ອນຳໄປໃຊ້ທົ່ວໄປໃນການລະບຸສິນຄ້າແບບນີ້.

2.2.1.1 ການກຳນົດຊື່ພັນພືດ

ກໍລະນີພິເສດຂອງການກຳນົດໂດຍທົ່ວໄປແມ່ນໝາຍເຖິງການກຳນົດຊະນິດພັນພືດ ທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ການຄຸ້ມຄອງຂອງລະບົບການປົກປ້ອງພັນພືດ. ຊະນິດພັນພືດທີ່ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງແມ່ນໄດ້ຖືກກຳນົດໃຫ້ເປັນກຸ່ມສພັນພືດສະເພາະທີ່ໄດ້ຖືກສະຫງວນໄວ້ເພື່ອກຳນົດພືດແລະສ່ວນປະກອບຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຊະນິດພັນເຫຼົ່ານັ້ນ. ໃນເລື່ອງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິ່ງດັ່ງກ່າວນີ້, ສົນທິສັນຍາ UPOV ໄດ້ກຳນົດໃຫ້ມີການສ້າງຄວາມຫຼາກຫຼາຍທີ່ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງໂດຍ "ການກຳນົດຊື່" ໃຫ້ເປັນຕົວກຳນົດແບບທົ່ວໄປ.

ແຕ່ລະຝ່າຍທີ່ໄດ້ເຮັດສັນຍານັ້ນ ຈະຕ້ອງໄດ້ກວດກາເພື່ອໃຫ້ຮັບປະກັນວ່າ ມີສິດໃດທີ່ໄດ້ຈາກການກຳນົດຊື່ພັນພືດ ທີ່ຈະໄປຂັດຂວາງການນຳໃຊ້ແບບບໍ່ເສຍຄ່າຂອງຊື່ພັນພືດນັ້ນ ແລະ ການແລກປ່ຽນທາງການຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຊະນິດພັນນັ້ນ, ເຖິງວ່າຈະມີສິດຂອງນັກປະສົມພັນພືດນັ້ນຈະໄດ້ໝົດອາຍຸໄປແລ້ວກໍ່ຕາມ.[52]

ແນວພັນພືດທີ່ໄດ້ຍື່ນຈົດທະບຽນໃນຫຼາຍປະເທດຕ້ອງໄດ້ຮັບການກຳນົດຊື່ໃຫ້ເປັນຊື່ດຽວກັນໃນທຸກໆປະເທດ. ບຸກຄົນໃດກໍ່ຕາມ ທີ່ສະເໜີຂາຍ, ຫຼືເຮັດການຕະຫຼາດເພື່ອເຜີຍແຜ່ແຈກຢາຍສ່ວນປະສົມພັນພືດທີ່ຖືກຄຸ້ມຄອງໃນປະເທດ ແມ່ນຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ການກຳນົດຫຼາຍໆຊະນິດສຳລັບສ່ວນປະສົມພັນພືດດັ່ງກ່າວ, ເຖິງແມ່ນວ່າສິດທິຂອງນັກປະສົມພັນພືດພັນໄດ້ ໝົດອາຍຸໄປແລ້ວ. ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ ຊື່ຂອງພືດທີ່ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງນັ້ນ ບໍ່ສາມາດນຳໄປຈົດທະບຽນໂດຍບຸກຄົນໃດ ໜຶ່ງເພື່ອເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບຜະລິດຕະພັນຂອງຊະນິດພັນນັ້ນໆໄດ້, ແມ່ນແຕ່ຜູ້ທີ່ມີໃບຢັ້ງຢືນ *ນັກປະສົມພັນພືດສຳລັບຊະນິດພັນ* ດັ່ງກ່າວ. ຖ້າເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ທີ່ຕິດພັນກັບຜະລິດຕະພັນ (ແກ່ນ, ແນວພັນ, ແກ່ນ, ໝາກໄມ້) ຂອງຕົ້ນໄມ້ນັ້ນໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ ກໍ່ຕ້ອງມີຄວາມແຕກຕ່າງແລະໂດດເດັ່ນແຕກຕ່າງຈາກຊື່ພັນພືດນັ້ນ.

ກົດໝາຍພາຍໃນປະເທດມັກມີຂໍ້ກຳນົດທີ່ຄ້າຍຄືກັນນີ້ແມ່ນກ່ຽວກັບການກຳນົດຊື່ພັນພືດ.[53] ໃນກໍລະນີທີ່ຂໍ້ກຳນົດດັ່ງກ່າວ ມີຜົນບັງຄັບໃຊ້ຢູ່ໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ນັກກວດສອບກໍ່

[52] ສົນທິສັນຍາ UPOV ສຳລັບການປົກປ້ອງພັນພືດຊະນິດໃໝ່ (1991), ມາດຕາ 20 ທີ http://www.upov.int/upovlex/en/conventions/1991/w_up912_.html#_20.

[53] ຍົກຕົວຢ່າງ, ທີ່ປະເທດອິນໂດເນເຊັຍ ໃຫ້ເບິ່ງ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 20.ຊີ), ແລະ ລະບຽບເລກທີ່ 13 ປີ 2004 ພາຍໃຕ້ກົດຫມາຍເລກທີ່ 23 ຂອງປີ 2000 ກ່ຽວກັບ ກົດໝາຍຄຸ້ມຄອງພັນພືດ, ມາດຕາ 4(ຈີ); ທີ່ ສປປ. ລາວ ໃຫ້ເບິ່ງ ກົດຫມາຍຊັບສິນທາງປັນຍາ, ມາດຕາ 74.1; ທີ່ປະເທດມາເລເຊັຍ ໃຫ້ເບິ່ງ ກົດໝາຍຄຸ້ມຄອງພັນພືດໃໝ່ປີ 2004, ເອັສ. 16; ທີ່ປະເທດສິງກະ�โປ ໃຫ້ເບິ່ງ ກົດໝາຍຄຸ້ມຄອງພັນພືດ (ຫມວດ 232A), ເອັສ. 37; ທີ່ປະເທດຫວຽດນາມ ໃຫ້ເບິ່ງ ກົດຫມາຍຊັບສິນທາງປັນຍາ ເລກທີ່ 50/2005/QH11 of 29 ພະຈິກ 2005, ມາດຕາ 163. ແລະທັງໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 13.

ຄວນຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍຕົວກຳນົດຊື່ພັນພືດຕ່າງໆ, ຖ້າສິນຄ້າທີ່ລະບຸໄວ້ໃນຄຳຮ້ອງກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ຕິດພັນກັບພັນພືດ.

2.2.1.2 ຊື່ທີ່ບໍ່ແມ່ນກຳມະສິດລະຫວ່າງປະເທດ (ທີ່ເອີ້ນກັນວ່າ *INN)*

ກໍລະນີສະເພາະຂອງຄຳສັບທາງເຕັກນິກທົ່ວໄປແມ່ນຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບຊື່ຂອງສານເຄມີບາງຊະນິດທີ່ມີການອອກລິດຫຼືມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະໃຊ້ສຳລັບຈຸດປະສົງທາງການຢາທີ່ໄດ້ລະ ບຸໄວ້ໂດຍອົງການອະນາໄມໂລກ (WHO) ວ່າເປັນ "ຊື່ທີ່ບໍ່ແມ່ນກຳມະສິດຂອງລະຫວ່າງປະເທດ (ທີ່ເອີ້ນກັນວ່າ INN).

> *"ຊື່ທີ່ບໍ່ແມ່ນກຳມະສິດລະຫວ່າງປະເທດ (*INN) *ໄດ້ກຳນົດໄວ້ນັ້ນແມ່ນໝາຍເຖິງ ບັນດາສານເຄມີທາງການຢາ ຫຼື ສ່ວນປະກອບທາງການຢາ. ແຕ່ລະຊື່ນັ້ນແມ່ນຊື່ສະເພາະທີ່ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບທົ່ວໂລກແລະເປັນຊັບສິນສາທາລະນະ. ຊື່ທີ່ບໍ່ແມ່ນກຳມະສິດຂອງລະຫວ່າງປະເທດນັ້ນ ເອີ້ນອີກຢ່າງໜຶ່ງວ່າ ຊື່ສາມັນ [...]. ເພື່ອເຮັດໃຫ້* INN *ໄດ້ຖືກ ນຳໃຊ້ໃນລະດັບສາກົນ, ພວກມັນໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ຢ່າງເປັນທາງການໂດຍ* WHO *ຕໍ່ໃຫ້ກັບພາກສ່ວນສາທາລະນະ, ດັ່ງນັ້ນ, ການກຳນົດພວກມັນ ໃຫ້ເປັນແບບ "ບໍ່ແມ່ນກຳມະສິດ" ນັ້ນ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້ໂດຍບໍ່ມີຂໍ້ຈຳກັດໃດໆກ່ຽວກັບການ ກຳນົດຂອງສານເຄມີທີ່ໃຊ້ຜະລິດຢາ."* [54]

ຖ້າສັນຍາລັກໄດ້ຖືກຍື່ນເພື່ອນຳໄປຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ, ເຊິ່ງບັນຈຸຫຼືມີຄຳສັບບໍ່ວ່າຈະສ່ວນໜຶ່ງຫຼືທັງຫມົດ ທີ່ຄ້າຍຄືກັບທີ່ທາງ INN ໄດ້ແນະນຳຫຼືສະເໜີ, ແລະກໍ່ມີຈຸດປະສົງເພື່ອນຳໄປໃຊ້ ໃນການຜະລິດຕະພັນການຢາຫຼືການແພດນັ້ນ, ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານ.[55]

ໃນກໍລະນີທີ່ມີຄວາມສົງໃສ, ນັກກວດສອບຄວນປຶກສາຫາລືກ່ຽວກັບລາຍຊື່ INN ຫຼ້າສຸດທີ່ໄດ້ເຜີຍແຜ່ໂດຍ WHO.[56]

<u>2.2.2 ສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບຮ່າງແບບ ທົ່ວໄປ, ທີ່ໃຊ້ປະຈຳ ຫຼື ທີ່ຈຳເປັນ</u>

ສັນຍາລັກທີ່ສະເພາະ ຫຼື ສັນຍາລັກແບບປະສົມບາງ ຢ່າງມີຄວາມໝາຍໃນທາງສະເພາະຫຼື

---

[54] ເບິ່ງ ອົງການອະນາໄມໂລກ ທີ່ http://www.who.int/medicines/services/inn/innguidance/en/.

[55] ໃນເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.13.

[56] ເບິ່ງ http://www.who.int/entity/medicines/publications/druginformation/innlists/en/index.html

ຕາມແບບທົ່ວໄປ ທີ່ມີຄວາມເຂົ້າໃຈກັນຢ່າງກວ້າງຂວາງໃນຂອບເຂດທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລະ ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກ ຫຼື ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ແມ່ນກຸ່ມສຳຄັນ ແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ ໂດຍທັງໝົດຫຼືສະເພາະເຈາະຈົງ ເຊັ່ນດຽວກັບຊື່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທົ່ວໄປແບບສາມັນຫຼືທີ່ ໃຊ້ກັນທົ່ວໄປນັ້ນ, ສັນຍາລັກປະເພດດັ່ງກ່າວແມ່ນບໍ່ສາມາດໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃຫ້ກັບ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ພວກມັນເປັນຕົວລະບຸ.[57]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສຳນັກງານສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຟິລິບປິນໄດ້ຕັດສິນໃຈວ່າ ເຄື່ອງໝາຍ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນສຳລັບເຄື່ອງມືແລະເອເລັກໂຕຣນິກ (ຫມວດ 9) ແລະສຳລັບການ ບໍລິການຂາຍຍ່ອຍ (ຫມວດ 35):

ການຈັດວາງຕົວອັກສອນ "R" ທີ່ໃຫ້ຫຍັບໄປຕິດຢູ່ເບື້ອງຊ້າຍສຸດຂອງວົງມົນນັ້ນ ກໍ່ພົບວ່າ ມັນບໍ່ມີຄວາມໝາຍຫຍັງເລີຍ, ແລະກໍ່ບໍ່ສາມາດຫລີກເວັ້ນຄວາມທີ່ມັນຄ້າຍຄືກັນທີ່ສັບສົນ ຫຼື ເກືອບຈະເປັນສັນຍາລັກ "Registered Mark" ທີ່ພົບເຫັນທົ່ວໄປ.

ສຳລັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງແທ້ໆນັ້ນ, ຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນ ຖືກນຳໄປໃຊ້ທົ່ວໄປໃນອຸດສະຫະ ກຳເຄື່ອງໜັງເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຜະລິດຕະພັນນັ້ນໄດ້ເຮັດ ມາຈາກຫນັງທັງຫມົດຫຼືບາງສ່ວນ. ອຸປະກອນເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບ ສິນຄ້າປະເພດນັ້ນ ຫຼື ສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິ່ງນັ້ນ. ການຈົດທະບຽນຂອງ ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວນັ້ນສາມາດເຮັດໄດ້ ເພື່ອໃຫ້ນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນປະເພດອື່ນໄດ້ ຫາກວ່າບໍ່ ມີເຫດຜົນອື່ນທີ່ຈະມາປະຕິເສດ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ມີການຫຼອກລວງຫຼືເຮັດໃຫ້ ເຂົ້າໃຈຜິດໃນເວລາທີ່ນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນອື່ນໆ:

[57] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີລົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 7, ແລະ ບົດ 5, ຂໍ້ 1

[ຕົວຢ່າງ, ຕາມລຳດັບ, ຈາກ: https://github.com/FortAwesome/Font- Awesome/issues/11478 ແລະ http://www.vse-seniorum.cz/www-vse-seniorum-cz/eshop/4-1-Pece-o-kozeny-nabytek/0/5/20-LM-Strong-silne-znecisteni-kuze]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ຖືກຖືວ່າເປັນທີ່ໃຊ້ປະຈຳສຳລັບການບໍລິການຮ້ານຕັດຜົມ:

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງຟິລິບປິນ]

ໃນປະເທດຫວຽດນາມ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນບໍ່ເປັນທີ່ຍອມຮັບສຳລັບການຈົດທະບຽນ ຍ້ອນວ່າມັນເປັນ, ສັນຍາລັກທຳມະດາທົ່ວໄປ, ທີ່ໃຊ້ປະຈຳ, ຫຼື ຈຳເປັນສຳລັບການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້:

ສຳລັບ“ອາຄານໄຟຟ້າ” - ໃບຄຳຮ້ອງ ເລກທີ -2009-14218

ສຳລັບ"ການສື່ສານ" - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ. 4-2010-26087

ກົດລະບຽບຂອງຫວຽດນາມກ່ຽວກັບການກວດສອບ ຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ, ປີ 2010, ຂໍ້ຍ່ອຍ 17.8.2.c) ກໍ່ຍັງໄດ້ໃຫ້ຕົວຢ່າງຂອງສັນຍາລັກຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ຖືວ່າເປັນສັນຍາລັກທຳມະດາຫຼືໃຊ້ກັນເປັນປະຈຳ:

ສຳລັບການບໍລິການດ້ານວິສະວະກຳກົນຈັກແລະການບໍລິການຮ້ານຂາຍຢາ, ຕາມລຳດັບ

2.3 ສັນຍາລັກ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ

2.3.1 ສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍໂດຍທົ່ວໄປ

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍຄຳສັບທີ່ເປັນຄຳສະເພາະຫຼືຄຳສຳຄັນນັ້ນ, ເຊິ່ງມີລັກສະນະອະທິບາຍຫຼືໃຫ້ການສົມມຸດຕິຖານຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຕິດພັນກັບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວນັ້ນ ຄວນຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ.[58]

ສັນຍາລັກທີ່ອະທິບາຍກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການນັ້ນ ບໍ່ສາມາດຖືກນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ, ກໍ່ເພາະວ່າມັນຈະບໍ່ຖືກຮັບຮູ້ວ່າເປັນອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະແລະ ຊີ້ບອກຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າທີ່ແຕກຕ່າງຈາກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງຜູ້ແຂ່ງຂັນທີ່ມີໂປຣໄຟລ້ລາຍລະອຽດດຽວກັນ ລາຍລະອຽດດັ່ງກ່າວຕ້ອງມີໃຫ້ພໍ່ຄ້າທຸກຄົນເພື່ອໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກພໍໃຈກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການຂອງພວກເຂົາແລະສິ່ງເສີມຄືກັນໂດຍບໍ່ມີສິ່ງກີດຂວາງຈາກຄູ່ແຂ່ງແຕ່ລະຄົນ. ສະນັ້ນມັນຈຶ່ງເປັນເລື່ອງຂອງນະໂຍບາຍສາທາລະນະ ທີ່ຄຳອະທິບາຍຍັງຄົງຢູ່ໃນຂອບເຂດຂອງສາທາລະນະແລະເປັນທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ສຳລັບທຸກຄົນທີ່ດຳ ເນີນທຸລະກິດໃນຕະຫລາດຢ່າງເສລີ.

ສັນຍາລັກຄວນເປັນການສື່ຄວາມໝາຍທີ່ອະທິບາຍສຳລັບຈຸດປະສົງນີ້ ຖ້າຫາກມັນເປັນທີ່ຮັບຮູ້ໂດຍພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຫຼື ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້ ທີ່ມັນນັ້ນໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະເປັນ. ຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວອາດຈະໝາຍເຖິງ ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ກໍ່ແມ່ນ ລັກສະນະ, ປະເພດ, ເນື້ອແທ້, ຄຸນນະພາບ, ຕົ້ນກຳເນີດທີ່ມາທາງພູມສັນຖານ, ປະລິມານ, ຂະໜາດ, ຈຸດປະສົງ, ການນຳໃຊ້ ຫຼື ຄຸນຄ່າຫຼືດ້ານອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ.

ສັນຍາລັກທີ່ມີພຽງແຕ່ການອ້າງເຖິງ*ຄຸນລັກສະນະສະເພາະ*ຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການຫຼືການອ້າງອິງ*ທາງອ້ອມ*ຕໍ່ຄຸນລັກສະນະສະເພາະຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່

[58] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ in ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(1)(ຊີ); ເຄເຣັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ.4(ເອ) ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 30 ແລະ 31; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 20.ອີ) ແລະ ເອຟ), ການຊີ້ແຈງ ເອອາຣ์ທີ. 20 point ເອຟ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 23.1 ແລະ 2, ການຕັດສິນໃຈ 753 ເອອາຣ์ທີ. 40; ເອັມອາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 10(1)(ດີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 13.ບີ); ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ເຈ) ແລະ (ເອລ), ລະບຽບການ, ອາຣ. 102.ເຈ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(1)(ຊີ); ທີເຣັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(2) ແລະ 17; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 74.2.ຊີ), ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.3.ຈີ), ເອັສ. 39.4.ດີ). ນອກຈາກນັ້ນ, ໃຫ້ເບິ່ງ, ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 1.

ກ່ຽວຂ້ອງນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ຄວນໃຫ້ເປັນ "ລັກສະນະອະທິບາຍ" ສຳລັບຈຸດປະສົງໃນການຈົດທະບຽນ.

ພື້ນຖານຂອງການອ້າງອີງ ເພື່ອກວດກາໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າ ສັນຍາລັກ (ຄຳຫຼືອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ) ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍນັ້ນ ມັນຄວນຈະເປັນຄວາມໝາຍທົ່ວໄປ ແລະຄວາມເຂົ້າໃຈທົ່ວໄປຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດນັ້ນໆ ເຊັ່ນດຽວກັນກັບ ການກຳນົດແບບແບບທົ່ວໄປແລະແບບທີ່ໃຊ້ກັນປະຈຳ. ເຫດຜົນຂອງການປະຕິເສດນີ້ຕ້ອງໄດ້ຖືກປະເມີນໃນ ແງ່ຂອງພາສາທ້ອງຖິ່ນແລະຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກພາຍໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຄຳອະທິບາຍທີ່ເປັນພາສາຕ່າງປະເທດຄວນຖືກປະເມີນບົນພື້ນຖານຂອງລະດັບຄວາມຮູ້ແລະຄວາມເຂົ້າໃຈໃນຄຳສັບເຫຼົ່ານັ້ນໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ຖ້າພາສາຕ່າງປະເທດ ຫຼື ບາງຄຳສັບ ຫຼື ສຳນວນພາສາຕ່າງປະເທດນັ້ນ ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈດີໃນປະເທດ, ເຫດຜົນຂອງການປະຕິເສດນີ້ຄວນຈະຖືກນຳໃຊ້ໃນແບບດຽວກັບຄຳສັບໃນພາສາແຫ່ງຊາດ.

2.3.1.1 ການປະສົມປະສານຂອງອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ ແລະ ບໍ່ອະທິບາຍ [59]

ເມື່ອສັນຍາລັກປະກອບດ້ວຍຄຳອະທິບາຍ ຢ່າງຫນ້ອຍໜຶ່ງຫຼືຫຼາຍຄຳ ຫຼືອົງປະກອບທີ່ເປັນຄຳອະທິບາຍອື່ນໆ ແຕ່ຍັງມີອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະພຽງພໍຢ່າງຫນ້ອຍຫນຶ່ງອົງປະກອບ, ການປະສົມປະສານໂດຍລວມຄວນຖືວ່າເປັນເອກະລັກສະເພາະ ສຳລັບຈຸດປະສົງການຈົດທະບຽນ. ຄວາມຈິງທີ່ວ່າເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນທີ່ປະກອບດ້ວຍອົງປະກອບທີ່ສື່ຄວາມໝາຍຫຼືບໍ່ແມ່ນອົງປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ໄດ້ໝາຍຄວາມວ່າ ອົງປະກອບເຫຼົ່ານີ້ຈະຖືກຮຽກຮ້ອງສິດແຍກກັນ.[60]

ຍົກຕົວຢ່າງ, *ການປະສົມປະສານ* ຂອງຄຳສັບທີ່ໂດດເດັ່ນແລະໜ້າສົນໃຈ “JERRYJO” ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ດ້ວຍຄຳ ທີ່ອະທິບາຍ. "HEALTHFOODS" ນັ້ນສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນອາຫານໂດຍລວມ:

JERRYJO HEALTHFOODS

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຖ້າອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງທີ່ໂດດເດັ່ນໃນຕົວມັນເອງນັ້ນ ໄດ້ຖືກເພີ່ມ

[59] ໃນເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຂໍ້ 2.5, ຂ້າງລຸ່ມນີ້.

[60] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 4.1 ແລະ 4.2

ເຂົ້າໄປໃນອົງປະກອບຂອງຄຳ ທີ່ສື່ຄວາມໝາຍ ຫຼື ບໍ່ໂດດເດັ່ນ, ເຄື່ອງໝາຍໂດຍລວມ ອາດຈະຖືໄດ້ວ່າ ມີຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ມີເງື່ອນໄຂว่า ອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງນັ້ນ ເກີດຈາກຂະໜາດ ແລະ ຕຳແໜ່ງທີ່ຕັ້ງຂອງມັນຢ່າງຊັດເຈນ ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກໃນເຄື່ອງໝາຍ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ໂດຍລວມແລ້ວ, ເຄື່ອງໝາຍຕໍ່ໄປນີ້ອາດຖືໄດ້ວ່າມີຄວາມໂດດເດັ່ນສຳລັບ "ການບໍລິການຮ້ານອາຫານ" ເຖິງແມ່ນວ່າ ຄຳວ່າ "ພໍ່ຄົວທີ່ດີທີ່ສຸດ" ກໍ່ໄດ້ອະທິບາຍຄວາມໝາຍສຳລັບການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ:

BESTCHEF

2.3.1.2 ຕຳແໜ່ງທີ່ຕັ້ງຂອງອົງປະກອບຕ່າງໆທີ່ຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍ

ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍປະກອບດ້ວຍ ຄຳສັບທີ່ອະທິບາຍໂດຍເນື້ອແທ້ກ່ຽວກັບສິນຄ້າ ຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງ, ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ <u>ອົງປະກອບ</u>ທີ່ບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະຂອງ<u>ຄຳສັບ</u>ໄດ້ຖືກຈັດລຽງຕາມແນວຕັ້ງ, ປັ້ນຫົວລົງລຸ່ມ, ຫຼືມີໜຶ່ງແຖວຫຼືຫລາຍແຖວຂຶ້ນໄປ ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ ແມ່ນບໍ່ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ກັບຕົວຫນັງສືທີ່ມີຄຸນລັກສະນະສະເພາະທີ່ຈຳເປັນສຳລັບການຈົດທະບຽນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ວິທີການສະເພາະທີ່ໃຊ້ຈັດລຽງອົງປະກອບຄຳ ສາມາດເພີ່ມລັກສະນະສະເພາະໃຫ້ແກ່ສັນຍາລັກໄດ້ ເມື່ອໄດ້ມີການຈັດການດັ່ງກ່າວເບິ່ງທີ່ມີລັກສະນະທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍສະເລ່ຍແລ້ວ ຈະໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃສ່ກັບການຈັດລຽງອົງປະກອບ ແທນທີ່ຈະຮັບຮູ້ຂໍ້ຄວາມທີ່ອະທິບາຍໃນທັນທີ.[61]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ປະກອບດ້ວຍຄຳວ່າ "BEST CHEF" ແມ່ນຖືວ່າເປັນຄຳອະທິບາຍ (ຍົກຍ້ອງ) ສຳ ລັບ "ການບໍລິການອາຫານການກິນແລະຮ້ານອາຫານ":

[61] ໃນເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 4.2.1.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄຳສັບເຫຼົ່ານັ້ນອາດຈະມີລັກສະນະສະເພາະ ຖ້າວ່າສ່ວນປະກອບຂອງມັນໄດ້ຖືກນຳສະເໜີໃນ *ຮູບແບບຫຼືຮູບร่างທີ່ຜິດປົກກະຕິ* ເຊິ່ງຈະດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກແລະຍັງຄົງເປັນຕົວຊີ້ບອກຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າຂອງພວກເຂົາ:

C
B H
E
F S
T

2.3.1.3 ການລວມຮູບເລຂາຄະນິດແບບງ່າຍໆ

ຖ້າສັນຍາລັກປະກອບດ້ວຍ ຄຳສັບຫຼືອົງປະກອບທາງວາຈາອື່ນໆທີ່ບົ່ງບອກຄວາມໝາຍໄດ້ຫຼືບໍ່ໂດດເດັ່ນ, ການປະສົມປະສານຂອງມັນກັບບັນດາຮູບร่างເລຂາຄະນິດແບບພື້ນຖານ, ເຊັ່ນ: ຈໍ້າເມັດ, ເສັ້ນ, ແຖບ, ວົງມົນ, ຮູບສາມຫຼ່ຽມ, ຮູບສີ່ຫລ່ຽມຈະຕຸລັດ, ຮູບສີ່ຫລ່ຽມ, ຮູບຫົກຫລ່ຽມ. ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ຮູບສີ່ຫລ່ຽມຄາງຫມູ ແລະ ຮູບວົງຮີ <u>ບໍ່ໃຫ້</u>ລັກສະນະສະເພາະໃດໆຕໍ່ກັບເຄື່ອງໝາຍໂດຍລວມ, ໂດຍສະເພາະເມື່ອຮູບร่างເຫຼົ່ານັ້ນຖືກນຳໄປໃຊ້*ເປັນຂອບຫຼືເສັ້ນຂອບ.*

ຍົກຕົວຢ່າງ:

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຮູບຊົງເລຂາຄະນິດສາມາດເພີ່ມລັກສະນະສະເພາະຂອງສັນຍາລັກໃນເວລານຳສະເໜີ, ຈັດວາງ, ຫຼືປະສົມປະສານຮ່ວມກັນກັບອົງປະກອບອື່ນໆ ເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມປະ

ທັບໃຈລະດັບທີ່ກ້ວາງຂວາງທີ່ເຮັດໃຫ້ມີຄວາມໂດດເດັ່ນພໍສົມຄວນ.[62]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ “flavour and aroma”ສາມາດສື່ຄວາມໝາຍອອກໄດ້, ສະນັ້ນມັນບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບ “ເຄື່ອງປຸງລົດຊາດ ເຄື່ອງເທດ ແລະ ຊອສ”. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການປະສົມປະສານຂອງມັນກັບການນຳສະເໜີຫຼືການຈັດລຽງຮູບຊົງເລຂາຄະນິດລວມ (ຮູບສີ່ຫຼ່ຽມຈະຕຸລັດ) ໂດຍລວມອາດຈະຖືໄດ້ວ່າ ເປັນແນວຄິດສ້າງສັນ ແລະມີລັກສະນະສະເພາະພໍສົມຄວນໃນແງ່ຂອງຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນ.[63]

2.3.2 ຄຳສັບ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ

ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບດ້ວຍໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍຄຳທີ່ພັນລະນາ ຫຼື ອະທິບາຍ, ໂດຍສະເພາະ, ລັກສະນະ, ຫົວຂໍ້ເລື່ອງຕ່າງໆ, ຄຸນນະພາບ, ປະລິມານ, ຂະໜາດ, ຈຸດປະສົງ, ການນຳໃຊ້, ຫຼື ລັກສະນະດ້ານອື່ນໆຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້ຄວນຖືກຄັດຄ້ານໂດຍນັກກວດສອບ.

ເພື່ອຈະໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາວ່າເປັນ "ຄຳອະທິບາຍ", ຄຳສັບໃດໜຶ່ງຈະຕ້ອງໄດ້ຖືກພິຈາລະນາໂດຍສົມທົບຮ່ວມກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການເຊິ່ງເຄື່ອງໝາຍນີ້ຈະຖືກນຳໄປໃຊ້. ບາງຄຳສັບແມ່ນການອະທິບາຍໂດຍບໍ່ໄດ້ຄຳນຶງເຖິງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ, ເຊັ່ນ ຄຳສັບທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບມູນຄ່າຫຼືຂະໜາດ (ເບິ່ງຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ). ໃນກໍລະນີອື່ນໆ, ຄຳສັບອາດຈະບົ່ງບອກເຖິງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງ ແຕ່ມີລັກສະນະສະເພາະ (ແລະສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້) ກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການອື່ນໆ ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ "COMEDY" ສາມາດສື່ຄວາມໝາຍໄດ້ເຖິງເຄື່ອງໝາຍສຳລັບລາຍການໂທລະພາບແລະການບໍລິການຂອງການອອກອາກາດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄຳສັບແບບດຽວກັນນີ້ກໍ່ຈະມີຄວາມມີລັກສະນະສະເພາະ ໄດ້ຖານະທີ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບເຄື່ອງນຸ່ງ ຫຼື ສຳລັບເຄື່ອງສຳອາງ.

[62] ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 4.2.2.

[63] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໃຫ້ໂດຍ ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຄວາມໝາຍຂອງຄຳສັບນັ້ນ ມີຄວາມຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຮັບການປະເມີນບົນພື້ນຖານພາສາຫຼືຫລາຍໆພາສາທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປໃຊ້ໃນການສື່ສານປາກເວົ້າຫຼືທຳຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍນີ້ຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຄວາມໝາຍຂອງຄຳສັບຫຼືອົງປະກອບຂອງຄຳສັບຕ່າງໆນັ້ນ ຕ້ອງບໍ່ຖືກລົບລ້າງຫຼືຖືກຍົກເລີກໄປໂດຍການປ່ຽນຕົວອັກສອນ, ຂະໜາດ ຫຼື ຟອນຕ໌ຂອງຕົວອັກສອນຂອງຄຳເຫຼົ່ານັ້ນ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ "LAGER" ກໍ່ຈະຖືວ່າມັນໄດ້ສື່ຄວາມໝາຍໃຫ້ກັບ "ເບຍ" ບໍ່ວ່າຈະໄປນຳສະເໜີໃນທາງໃດທາງໜຶ່ງ:[64]

LAGER **LAGER** *LAGER* *LAGER*

ສິ່ງທີ່ຈະກ່າວຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ:

- ກ່ຽວກັບປະເພດ ຫຼື ລັກສະນະ<u></u>ຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ: ຄຳວ່າ *"24-SEVEN" ສຳລັບການທະນາຄານທາງອິນເຕີເນັດ, "SOFTER" ສຳລັບໝອນແລະຜ້າປູບ່ອນນອນ;*

- ກ່ຽວກັບສຳລັບ<u>ຜະລິດຕະພັນ</u> ຫຼື ການບໍລິການ: ຄຳວ່າ "*GEOGRAPHY"* ສຳລັບປຶ້ມແລະສິ່ງພິມຕ່າງໆ, *"MAGNETIK" ສຳລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການດ້ານຂໍ້ມູນດິຈິຕອນ, ຊອບແວຣ, ສິ່ງພິມດິຈິຕອນແລະອື່ນໆ* "DRAMA" *ສຳລັບຄວາມບັນເທີງທາງໂທລະພາບ, ແລະອື່ນໆ*; "CAR" *ສຳລັບການສ້ອມແປງລົດຍົນແລະກົນຈັກ*;

- ກ່ຽວກັບຄຸນ<u>ນະພາບ</u>ຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການ: ຄຳວ່າ "*EXTRA", "PRIME", "PREMIUM", "DELUXE", "GOOD"* ແລະ "*BEST"* ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການໃດໆກໍ່ແລ້ວແຕ່. "*LITE", "FRESH"* ຫຼື "*SKIM"* ສຳລັບຜະລິດຕະພັນອາຫານ "*14k", "18k"* ຫຼື "*24k"* ສຳລັບເຄື່ອງປະດັບ;[65]

---

[64] ກ່ຽວກັບຄວາມແຕກຕ່າງຂອງຄຳສັບຕ່າງໆເມື່ອນຳໄປລວມກັບລັກສະນະອື່ນໆ, ເບິ່ງ ຂໍ້ 2.5, ທາງລຸ່ມນີ້. ໃນເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.7 ແລະ 4.2.1.

[65] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

- ກ່ຽວກັບສຳລັບ<u>ປະລິມານ</u>ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ: ຄຳວ່າ "KILOVALUE" ສຳລັບເຂົ້າ ແລະທັນຍາພືດອື່ນໆ, "500", "1000" *ສຳລັບຢາ / ສິນຄ້າການຢາ (ເຊິ່ງອະທິບາຍເຖິງ ປະລິມານ mg)*;[66]

- ກ່ຽວກັບສຳລັບ<u>ຂະໜາດ</u>ຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ: ຄຳວ່າ "FAMILY", "GIANT", "JUNIOR" ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການໃດໆກໍ່ແລ້ວແຕ່;

- ອີງຕາມຈຸດປະສົງ ຫຼື <u>ການນຳໃຊ້</u>ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ: ຄຳວ່າ "UPCUTTER" *ສຳລັບ ເຄື່ອງມືຕັດ "STRIKE" ສຳ ລັບໄມ້ຂີດໄຟແລະຜະລິດຕະພັນ ໃຫ້ມີແສງສະຫວ່າງ "SANITARY" ມີຄວາມຕິດພັນກັບການບໍລິການທຳ ຄວາມສະອາດແລະສຸຂະ ອະນາໄມ 'THE FIDUCIARY' ສຳ ລັບການບໍ ລິ ການດ້ານການ ເງ ິ ນ ແ ລ ະ ການ ທ ະ ນ າ ຄ ານ.*

- ກ່ຽວກັບ<u>ມູ ນ ຄ່ า</u>ສິ ນ ຄ້ າ ຫ ຼ ື ການ ບ ໍ ລ ິ ການ: ຄ ຳ ວ ່ า "2-FOR-ONE" [67] ທ ີ ່ ກ ່ ຽ ວ ກ ັ ບ *ການ ຂ າ ຍ ແ ລ ະ ການ ບ ໍ ລ ິ ການ ແ ຈ ກ ຈ ່ า ຍ* ທ ີ ່ ໃ ຫ ້ ການ ຫ ຼ ຸ ດ ລ າ ຄ າ '50/OFF' ຕ ໍ ່ ສ ິ ນ ຄ ້ າ ຫ ຼ ື ບ ໍ ລ ິ ການ ໃ ດ ໜ ຶ ່ ງ;

- ກ ່ ຽ ວ ກ ັ ບ <u>ລ ັ ກ ສ ະ ນ ະ ອ ື ນ ໆ</u> ຂ ອ ງ ຜ ະ ລ ິ ດ ຕ ະ ພ ັ ນ ຫ ຼ ື ການ ບ ໍ ລ ິ ການ: ຄ ຳ ວ ່ า *"FRESH" ສ ຳ ລ ັ ບ ຜ ະ ລ ິ ດ ຕ ະ ພ ັ ນ ທ ຳ ຄ ວ າ ມ ສ ະ ອ າ ດ ໃ ນ ຄ ົ ວ ເ ຮ ື ອ ນ. 'BRIGHT-N-CLEAR' ສ ຳ ລ ັ ບ ຜ ະ ລ ິ ດ ຕ ະ ພ ັ ນ ສ ີ ສ ັ ງ ເ ຄ າ ະ ທ າ ຝ າ, " STOUT" ສ ຳ ລ ັ ບ ເ ບ ຍ ແ ລ ະ ເ ບ ຍ ເ ອ ລ, 'RUSTOFF' ສ ຳ ລ ັ ບ ຜ ະ ລ ິ ດ ຕ ະ ພ ັ ນ ຂ ັ ດ ແ ລ ະ ຜ ະ ລ ິ ດ ຕ ະ ພ ັ ນ ດ ູ ແ ລ ຜ ິ ວ ໂ ລ ຫ ະ "TWO LITER" ຫ ຼ ື "*

  Turbo" ສ ຳ ລ ັ ບ ເ ຄ ື ່ ອ ງ ຈ ັ ກ ຫ ຼ ື ເ ຄ ື ່ ອ ງ ຈ ັ ກ ພ າ ຫ ະ ນ ະ " 4-GB" ຫ ຼ ື " 2-TERA" ສ ຳ ລ ັ ບ ຄ ອ ມ ພ ິ ວ ເ ຕ ີ ແ ລ ະ ອ ຸ ປ ກ ອ ນ ແ ວ ຣ ์ ຫ ຼ ື ຊ ອ ບ ແ ວ ຣ ์ ທ ີ ່ ກ ່ ຽ ວ ຂ ້ ອ ງ. ນ ອ ກ ຈ າ ກ ນ ີ້ ມ ັ ນ ຍ ັ ງ ມ ີ "3-N-1", "3-in-1" ຫ ຼ ື "3-N-One" ສ ຳ ລ ັ ບ ຜ ະ ລ ິ ດ ຕ ະ ພ ັ ນ ກ າ ເ ຟ. (ເ ພ ື ່ ອ ອ ະ ທ ິ ບ າ ຍ ວ ່ า ຜ ະ ລ ິ ດ ຕ ະ ພ ັ ນ ນ ັ ້ ນ ບ ັ ນ ຈ ຸ ກ າ ເ ຟ, ນ ້ ຳ ຕ າ ນ ແ ລ ະ ຄ ຣ ີ ມ) "125", "250" ສ ຳ ລ ັ ບ ລ ິ ດ, ໂ ດ ຍ ສ ະ ເ ພ າ ະ ລ ິ ດ ຈ ັ ກ. (ເ ພ ື ່ ອ ອ ະ ທ ິ ບ າ ຍ ຂ ະ ໜ າ ດ ຂ ອ ງ ເ ຄ ື ່ ອ ງ ຈ ັ ກ ເ ປ ັ ນ ຊ ັ ້ ງ ຕ ິ ແ ມ ັ ດ ກ ້ ອ ນ) 'LOW CALORIE',TASTY, NUTRITIOUS' ສ ຳ ລ ັ ບ ອ າ ຫ າ ນ, "ENERGY

[66] ຕົວຢ່ າ ງທ ີ ່ ໄ ດ ້ ຈ ັ ດ ໄ ວ ້ ໃ ຫ ້ ໂ ດ ຍ ສ ຳ ນ ັ ກ ງ ານ ຊ ັ ບ ສ ິ ນ ທ າ ງ ປ ັ ນ ຍ າ ແ ຫ ່ ງ ປ ະ ເ ທ ດ ຟ ິ ລ ິ ບ ປ ິ ນ.

[67] ຕ ົ ວ ຢ ່ า ງ ທ ີ ່ ໄ ດ ້ ຈ ັ ດ ໄ ວ ້ ໃ ຫ ້ ໂ ດ ຍ ສ ຳ ນ ັ ກ ງ ານ ຊ ັ ບ ສ ິ ນ ທ າ ງ ປ ັ ນ ຍ າ ແ ຫ ່ ງ ປ ະ ເ ທ ດ ສ ິ ງ ກ ະ �โ ປ.

SAVER" ສຳລັບຫລອດໄຟກົມ, ດອກໄຟແບບ fluorescent;[68] "SMART" ສຳລັບອຸປະກອນເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຕົວໂປຣເซັສເซີຣ์ທີ່ສາມາດຕິດຕັ້ງໂປຣแกຣมได้, ມີລະບົບການເຮັດວຽກแบบอัตตะโนมัด, ຫຼືສາມາດປະມວນຜົນຂໍ้ມູນได้ [69]

ໃນປະເທດອິນโดเนเซย, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເสดการจิดทะบรุมเป็นเคื่องหมายการค้าโดยมีเหตุผลว่ามีลักสะนะอะทิบาย.[70]

Best Mart

ສຳລັບການບໍລິການแบบตะหลาดขะหมาดน้อย

International Standard Academy

ສຳລັບການບໍລິການທາງດ້ານການສຶກສາ

organic water

ສຳລັບน้ำดื่มแร่ทาด

A
PROPERTY

ສຳລັບຕົວแทนอะสังหาลิมะซับและการบໍລິการคุ้มคอง

ຢູ່ປະເທດมาเลเซย, ຄຳສັບດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ເປັນຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະເພື່ອใช้อะทิบาย:[71]

Extra SMS

(07022197 – ບໍລິສັດ Malaysian Mobile Services Sdn. Bhd.)

[68] ຕົວอย่างที่ได้จัดไว้ให้โดยสำนักงานซับสินทางปัญยาแห่งปะเทดฟิลิบปิน.

[69] เบิ่งปื้มคู่มืก่ำงอกับเคื่องหมายการค้าของปะเทดกำปูเจย หน้า 36.

[70] ตัวอย่างที่ได้จัดไว้ให้โดยสำนักงานซับสินทางปัญยาแห่งปะเทดอินโดเนเซย.

[71] ตัวอย่างที่ได้จัดไว้ให้โดยสำนักงานซับสินทางปัญยาแห่งปะเทดมาเลเซย.

SLIMFIT

SLIM FIT

Slim Fit

ສຳລັບການບໍລິການດ້ານສຸຂະອະນາໄມແລະຄວາມງາມ, ການຮັກສາຄວາມງາມ, ການຫລຸດຜ່ອນນ້ຳຫນັກ, ການດູແລສຸຂະພາບ, ການດູແລສ່ວນຕົວ, ການບໍລິການສະປາແລະອື່ນໆ - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ Nº 03015603

ຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ ຄຳສັບດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ເປັນຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະເພື່ອໃຊ້ອະທິບາຍ:[72]

Perfect

COOL FRESH

ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ. 4-2011-10424
ສຳລັບຜະລິດຕະພັນ ຫມວດ 3 - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2011-01628

NHENDO

ສຳລັບຢາຂ້າແມງໄມ້, ຄຳຮ້ອງຄຳຮ້ອງ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດເພາະຄຳວ່າ "NHENDO" ແມ່ນການປ່ຽນແປງຮູບແບບມາຈາກຄຳວ່າ "NhệnĐỏ" (ແມງມຸມແດງ) ເຊິ່ງແມງມຸມແດງ ກໍ່ແມ່ນແມງໄມ້ທີ່ເປັນອັນຕະລາຍທີ່ທຳລາຍພືດ. ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2013-16086

ຢູ່ປະເທດກຳປູເຈຍ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດໃນເບື້ອງຕົ້ນດ້ວຍເຫດຜົນຂອງການອະທິບາຍຄວາມໝາຍ:[73]

Plus+soft

ສຳລັບເສື້ອຜ້າ - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 42186/11

[72] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງຂອງປະເທດຫວຽດນາມ

[73] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດກຳປູເຈຍ.

2.3.3 ຮູບແບບການສະກົດຄຳໃນຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ

ການທີ່ຈະໄປອະທິບາຍຄວາມໝາຍຂອງຄຳສັບໃດໜຶ່ງໃຫ້ໄດ້ດີນັ້ນ ມັນກໍ່ບໍ່ສາມາດທີ່ຈະເອົາຊະນະໃຫ້ໄດ້ດ້ວຍແບບງ່າຍໆຂອງການສະກົດຄຳຕາມແບບມາດຕະຖານທົ່ວໆໄປ, ໂດຍໃຊ້ການສະກົດຜິດແບບຄຳສັບຫຼືການໃຊ້ຄຳອອກສຽງປຽບທຽບ. ການອອກສຽງປຽບທຽບທີ່ຄ້າຍຄືກັບຄຳອະທິບາຍນັ້ນ ກໍ່ຖືວ່າໃຊ້ເປັນຄຳອະທິບາຍໄດ້.[74]

ຕົວຢ່າງ: ຖ້າຄຳວ່າ "bright" ສາມາດມີຄວາມໝາຍສຳລັບການທາສີຝາກຳແພງໄດ້, ຄຳວ່າ BRITE ກໍ່ສາມາດໃຫ້ຄວາມໝາຍເຖິງຜະລິດຕະພັນແບບດຽວກັນໄດ້. ຄຳແບບນີ້ ກໍ່ຍັງຖືກນຳໄປໃຊ້ດ້ວຍຮູບແບບການສະກົດຕ່າງໆເຊັ່ນ 'RESIST'NT' (for resistant), 'X-RA-FRESH' (ເພື່ອເພີ່ມຄວາມສົດໃຫມ່), 'KWIK- GRIPP' (ເພື່ອຈັບທີ່ວ່ອງໄວ), 'EE-ZEE -HOLD' (ເພື່ອຖືໄດ້ງ່າຍໆ), ແລະອື່ນໆ.

ຢູ່ທີ່ປະເທດໄທ, ຄຳອະທິບາຍເພື່ອການສະແດງອອກ (ກໍ່ຄືເປັນການຍ້ອງຍໍ) ທີ່ສະກົດຜິດດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ: [75]

EKTRA

ສຳລັບມົດຖີ, ເລນສ້ອງຖ່າຍຮູບ.

ຄຳສັບດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ເປັນຄຳສັບທີ່ສະກົດຜິດເພື່ອໃຊ້ອະທິບາຍສຳລັບສິນຄ້າທີ່ລະບຸໄວ້ຢູ່ປະເທດມາເລເຊຍ:[76]

Careklean

ສຳລັບການຊັກຟອກ, ການເຮັດຄວາມສະອາດ, ການຂັດແລະການກຳຈັດຝຸ່ນ, ສະບູ (92005280 – ANTARA ABDI (M) SDN BHD.)

‘KLEAN `N' RINSE’

ສຳລັບນ້ຳຢາເພື່ອທຳຄວາມສະອາດແລະການແຊ່ຄອນແທັກເລນສ (93007872 – EXCEL PHARMACEUTICAL SDN.BHD.)

[74] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.3.

[75] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

[76] ຕົວຢ່ານ່ານ ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ.

SURE-LOC

ສຳລັບວຽກງານຊ່າງເຫຼັກ, ກະແจລັອກປະຕູ, ລັອກເປັນຮູບບັ້ງ, ກະແจລັອກຂອບ, ສະຫຼັກ, ແມ່ກະແจ, ສປຣິງພົ້ນໂລຫະ, ບານພັບ, ບ່ອນຈັບປະຕູ, ແຖບດຶງແລະຍູ້ແລະແผ່ນໂລຫະ, ແລະອື່ນໆ - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 00006118

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຮູບແບບຂອງການສະກົດຄຳທີ່ຫລາກຫລາຍ ຫຼືການສະກົດຜິດກໍ່ສາມາດສ້າງລັກສະນະສະເພາະທີ່ຕ້ອງການໄດ້ເຊັ່ນກັນ ຖ້າຫາກວ່າຄຳເວົ້ານັ້ນມີຄວາມໂດດເດັ່ນ, ສ້າງຄວາມແปກໃจ ຫຼືເປັນທີ່ໜ້າຈົດຈຳຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ອັນນີ້ມັນອາດຈະເປັນກໍລະນີໃນຕົວຢ່າງທີ່ວ່າ ເມື່ອຮູບແບບໃດໜຶ່ງຂອງຄຳໄດ້ມີການປ່ຽນແปງຄວາມໝາຍຂອງຄຳສັບນັ້ນໆໄດ້ຢ່າງ

ມີປະສິດຕິພາບແລ້ວ, ສາມາດໃຫ້ການແນະນຳຄວາມໝາຍອື່ນໆຫຼືໃຊ້ຄຳສັບສຳນວນໃດໜຶ່ງອີກຕື່ມ, ຫຼືຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກໃຫ້ມີຄວາມພະຍາຍາມທາງດ້ານສະຕິປັນຍາເພື່ອທຳຄວາມເຂົ້າໃจຄວາມສຳພັນຂອງບັນດາຄຳກັບຄວາມຮູ້ພື້ນຖານຂອງຄຳນັ້ນໆ.

ສຳລັບການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃນເອີຣົບ, ພ້ອມທັງຜະລິດຕະພັນອື່ນໆ, *ເບຍ, ນ້ຳດື່ມແຮ່ທາດ ແລະ ນ້ຳດື່ມທີ່ອັດລົມແລະເຄື່ອງດື່ມທີ່ບໍ່ມີທາດເຫຼົ້າ, ເຄື່ອງດື່ມນ້ຳໝາກໄມ້ ນ້ຳຫວານເຂັ້ມຂຸ້ນຫຼືໄຊຣັບປ໌ ແລະສ່ວນປະກອບອື່ນໆ ສຳລັບເຮັດເຄື່ອງດື່ມ.*[77]

ເຊັ່ນດຽວກັນກັບເຄື່ອງໝາຍ "XTRA DELIXIOUS" (ໝາຍຄວາມວ່າ "ແຊບຫລາຍຂຶ້ນໄປອີກ") ກໍ່ມີໃຫ້ເຫັນໃນປະເທດມາເລເຊຍທີ່ເປັນຄຳທີ່ໂດດເດັ່ນ ເນື່ອງຈາກມັນມີຮູບແບບການສະກົດທີ່ແຕກຕ່າງກັນບວກກັບຮູບແບບການສະແດງອອກຂອງພາບທີ່ແปກຕາ:

DeliXtraious

ສຳລັບອາຫານປະເພດແລະຜະລິດຕະພັນອາຫານຕ່າງໆ - ເລກທີຈົດທະບຽນ 05001995
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທມາເລເຊຍ]

[77] ການຈົດທະບຽນໃນປະຊາຄົມເອີຣົບ ເລກທີ 002091262. ການຈົດທະບຽນສາມາດໄປເບິ່ງໄດ້ໃນຖານຂໍ້ມູນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ທີ່
https://euipo.europa.eu/eSearch/#advanced/trademarks/1/100/n1=ApplicationNumber&v1=002091262&o1=AND&c1=CONTAINS&sf=ApplicationNumber&so=asc

ຢູ່ຫວຽດນາມ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ເປັນການສະກົດຄຳທີ່ແຕກຕ່າງກັນເຊິ່ງເປັນທີ່ໂດດເດັ່ນ:

ສຳລັບສິນຄ້າໃນຫມວດ 5 ຂອງການຈັດຫມວດສິນຄ້າແບບໄນສ - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ. 4-2004-03598
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

2.3.4 ສ່ວນປະກອບຂອງຄຳສັບ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ

ສ່ວນປະກອບດ້ວຍຄຳເວົ້າບາງຢ່າງທີ່ມັກໃຊ້ນັ້ນ ມັນເປັນຄຳນຳໜ້າ ຫຼື ຄຳຕໍ່ທ້າຍ ເພື່ອສ້າງຄຳສັບອື່ນແລະມີຄວາມໝາຍ ທີ່ພັນລະນາອະທິບາຍ ຫຼື ເປັນການໃຫ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຫຼື ມັກໃຊ້ໃນພາສາຂອງປະເທດໃດໜຶ່ງນັ້ນ, ແມ່ນບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສິນຄ້າຫຼືບໍລິການໂດຍ

ທົ່ວໄປ ຫຼື ໃນສ່ວນທີ່ຈະໃຫ້ນຳໄປໃຊ້ທົ່ວໄປໃນເລື່ອງດັ່ງກ່າວ. ອົງປະກອບຂອງຄຳສັບດັ່ງກ່າວຕ້ອງບໍ່ມີການຈັດສັນຈາກຄວາມຄິດສ່ວນຕົວຂອງໃຜຜູ້ໜຶ່ງ. ກໍ່ຍ້ອນວ່າ ລັກສະນະການອະທິບາຍເພື່ອສື່ຄວາມໝາຍຂອງມັນນັ້ນ, ມັນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະແລະບໍ່ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ໂດຍທົ່ວໄປຫຼືໃນສ່ວນທີ່ຕິດພັນກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງໃດໜຶ່ງ.[78]

ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ, ສ່ວນປະກອບຂອງຄຳສັບຕໍ່ໄປນີ້ໃນພາສາອັງກິດໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນແຍກກັນຕ່າງຫາກເພື່ອເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າປະເພດໃດໜຶ່ງຫຼືການບໍລິການໃດໜຶ່ງ ຫຼື ສຳລັບສິນຄ້າບາງປະເພດ, ໂດຍທີ່ຄວາມໝາຍຂອງມັນແມ່ນສຳລັບການນຳໃຊ້ທົ່ວໄປແລະບໍ່ຄວນໃຫ້ໃຫ້ໄປປ່ຽນໂດຍພໍ່ຄ້າໃດຫນຶ່ງຕາມລຳພັງ:

- ຄຳວ່າ 'ມິນິ':ໝາຍເຖິງ ນ້ອຍ, ຫລຸດຜ່ອນຂະຫນາດ (ຕົວຢ່າງ *ສ່ວນປະກອບທາງເອເລັກໂຕຣນິກ*);

- ຄຳວ່າ "ໄມໂຄຣ" ໝາຍເຖິງ ເຖິງຂະໜາດທີ່ນ້ອຍຫຼາຍ (ນ້ອຍກວ່າ "mini" ອີກ, ເຊັ່ນ: ສ່ວນປະກອບເຄື່ອງເອເລັກໂຕຣນິກ, ສ່ວນປະກອບໃນເຕົາອົບໄມโกเวฟ);

[78] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 2.

- ຄຳວ່າ 'ນາໂນ': ໝາຍເຖິງຂະໜາດນ້ອຍ, ທີ່ໄລ່ເປັນນາທີ ຫຼື ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບນາໂນເຕັກໂນໂລຢີ (*ຕົວຢ່າງ: ສຳລັບສ່ວນປະກອບເອເລັກໂຕຣນິກຫຼືເຄື່ອງໃຊ້ໄຟຟ້າເອເລັກໂຕຣນິກ*);

- ຄຳວ່າ "mid", "midi": ໝາຍເຖິງໄລຍະຫຼືລະດັບກາງຂອງລະດັບຄຸນນະພາບຫຼືປະລິມານ (*ຕົວຢ່າງ, ສຳລັບຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງນຸ່ງ*, ຕາມປົກກະຕິແລ້ວ ຜະລິດຕະພັນມີຂະໜາດຫຼືໄລຍະຂອງຂະໜາດແຕ່ນ້ອຍຫາໃຫຍ່ທີ່ແຕກຕ່າງກັນ);

- ຄຳວ່າ "multi", "poly", "pluri": ໝາຍເຖິງຄວາມຫະວິຄູນ ຫຼືຜະລິດຕະພັນ(ຫຼືການບໍລິການ)ນັ້ນ ທີ່ມີ ຫຼື ມີຄຸນລັກສະນະຫະວິຄູນ ຫຼື ການນຳໃຊ້ທີ່ມີຫລາຍໆຢ່າງ;

- ຄຳວ່າ 'plus', 'extra': ໝາຍເຖິງ ການເພີ່ມຫຼືທີ່ມີນອກເໜືອໄປຈາກມາດຕະຖານປົກກະຕິ ຈາກຄຸນນະພາບ ຫຼື ຄຸນລັກສະນະ ຂອງສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ເປັນມາດຕະຖານທຳມະດາ;

- ຄຳວ່າ "Eco", "bio": ໝາຍເຖິງສິນຄ້າທີ່ໄດ້ຜະລິດອອກມາ*ທາງດ້ານນິເວດວິທະຍາ* ຫຼື *ອິນຊີ* ຫຼື ທີ່ປະຕິບັດຕາມມາດຕະຖານທີ່ເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມບາງຢ່າງ;

- ຄຳວ່າ "semi" ໝາຍເຖິງຄວາມບໍ່ສົມບູນແບບຂອງຄຸນນະພາບ ຫຼື ອັນໃດໜຶ່ງທີ່ບໍ່ເຕັມສ່ວນ [79] (*ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ ສຳລັບນົມ ຫຼື ຜະລິດຕະພັນນົມ ທີ່ມີໄຂມັນບາງສ່ວນ*).

ການຄັດຄ້ານແບບດຽວກັນຄວນຈະຖືກຍົກມາກ່າວເຖິງໃນຄຳສັບອື່ນທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍເປັນພາສາແຫ່ງຊາດຂອງປະເທດໃດໜຶ່ງ. ເຫດຜົນສຳລັບການປະຕິເສດດັ່ງກ່າວຕ້ອງໄດ້ມີການຮັບຮູ້ໂດຍສະເພາະຂອງຜູ້ບໍລິໂພກພາຍໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບພາສາທ້ອງຖິ່ນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ລະດັບຄວາມຮູ້ແລະການນຳໃຊ້ພາສາຕ່າງປະເທດນັ້ນ ກໍ່ຕ້ອງໄດ້ຖືກປະເມີນ (ເຊັ່ນ: ພາສາອັງກິດ, ພາສາຈີນ, ແລະອື່ນໆ) ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດ.

ໃນກໍລະນີທີ່ສ່ວນປະກອບຂອງຄຳ ບໍ່ໄດ້ບົ່ງບອກເຖິງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການໃດໜຶ່ງສະເພາະແລ້ວ, ເຫດຜົນຂອງການປະຕິເສດນີ້ກໍ່ຈະບໍ່ຜົນບັງຄັບໃຊ້. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ເຊັ່ນດຽວກັນ

[79] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

ກັບຄຳອະທິບາຍ, ເຫດຜົນການປະຕິເສດນີ້ບໍ່ສາມາດນຳມາໃຊ້ໄດ້ໃນແງ່ຂອງສ່ວນປະກອບຂອງຄຳ ເວົ້າທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງ ຖ້າຫາກຜູ້ຮ້ອງຂໍນັ້ນ ສາມາດພິສູດໄດ້ວ່າ ອົງປະກອບດັ່ງກ່າວໄດ້ຮັບເອົາ ຄວາມโดดเด่น ຜ່ານການນຳໄປໃຊ້ໃນຕະຫຼາດແລະມັນກໍ່ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ມີປະສິດຕິ ພາບ ເມື່ອໄດ້ນຳມາໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງ.

2.3.5 ການປະສົມປະສານຂອງຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ

ການປະສົມປະສານໃດໆຂອງຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍຫຼືຄຳສັບສາມັນທົ່ວໄປຈະບໍ່ ສາມາດຫາຄວາມແຕກຕ່າງກັບຄຳສັບທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ. ຄຳສັບສອງຄຳທີ່ແຕ່ລະຄຳໄດ້ແຍກ ອອກຈາກກັນນັ້ນ ເປັນຄຳອະທິບາຍ ຫຼື ເປັນຄຳທົ່ວໄປທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການ ບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ແລະມັກພົບວ່າເປັນຄຳອະທິບາຍເມື່ອໄດ້ລວມເຂົ້າກັນແລ້ວ. ການປະສົມ ປະສານຂອງສອງຫຼືຫລາຍກວ່າຄຳສັບ ຫຼື ຄຳອະທິບາຍ (ຫຼືຄຳທົ່ວໄປ) ນັ້ນ ກໍ່ຍັງບໍ່ເໝາະສົມຖ້າຈະ ນຳໄປໃຊ້ຮ່ວມກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ອະທິບາຍໄວ້.[80]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃນປະເທດຫວຽດນາມ, ບັນດາຄຳປະສົມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້, ເຫັນວ່າບໍ່ສາມາດນຳໄປ ຈົດທະບຽນໄດ້:[81]

- ຄຳວ່າ "GOODCHECK" ແມ່ນສຳລັບຜະລິດຕະພັນໃນຫມວດ 5 ຂອງການຈັດ ຫມວດສິນຄ້າແບບນິສ - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2009-16064;

- ຄຳວ່າ "HEAR MUSIC" ແມ່ນສຳລັບສິນຄ້າໃນຫມວດ 9 ຂອງການຈັດຫມວດ ສິນຄ້າແບບນິສ - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2009-18861.

ໃນປະເທດອິນโดเนเซย, ການປະສົມຄຳສັບຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ ຍ້ອນເຫດຜົນທີ່ເປັນຄຳສັບລັກສະນະອະທິບາຍ: [82]

BESTCHEF

ສຳລັບການບໍລິການຮ້ານອາຫານ

[80] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.2.

[81] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ.

[82] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນโดเนเซย.

ຢູ່ປະເທດມາເລເຊຍ, ການປະສົມຄຳສັບຕໍ່ໄປນີ້ ເຫັນວ່າແມ່ນມີລັກສະນະອະທິບາຍໄດ້:[83]

‘EXTRASAFE’

(01002067 – Takaso Rubber Products SDN. BHD.)

‘SUPERGUARD’

(02001109 – Kao Kabushiki Kaisha (Kao Corporation)

ໃນປະເທດໄທ, ການປະສົມຄຳດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນເຫັນວ່າເປັນຄຳອະທິບາຍໄດ້ແລະກໍ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບໃນການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ:

HALF BAKED

ແມ່ນສຳລັບກະແລັມ, ເຂົ້າໜົມ, ຂອງຫວານ

BODYBALANCE

ສຳລັບໂປຣຕີນ, ວິຕາມິນແລະສານຕ້ານອະນຸມູນອິດສະລະເພື່ອໃຊ້ໃນການຜະລິດອາຫານເສີມ

YOUTH FACTOR

ສຳລັບໂລຊັນບຳລຸງຜິວໜ້າ, ໃຫ້ຄວາມຊຸ່ມຊື່ນເພື່ອບຳລຸງຜິວ ແລະອື່ນໆ.

ເຊັ່ນດຽວກັນ ໃນກໍລະນີທີ່ໄດ້ມີການຕັດສິນໃຈຂອງເຈົ້າໜ້າທີ່ສະຫະພາບເອີຣົບ, ການປະສົມປະສານຂອງຄຳສັບດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນເຫັນວ່າໃຊ້ອະທິບາຍໄດ້ແລະດັ່ງນັ້ນນີ້ ກໍ່ບໍ່ສາມາດຈົດ

[83] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ.

ທະບຽນໄດ້:[84]

- ຄຳວ່າ "TRUSTEDLINK" ສຳລັບຊອບແວຣ ແມ່ນສຳລັບການຄ້າ e-commerce, ໃຫ້ຄຳປຶກສາດ້ານທຸລະກິດ, ການບໍລິການສັງລວມແບບທີ່ກ່ຽວກັບຊອບແວຣ່ແລະການບໍລິການດ້ານການສຶກສາ ສຳລັບເຕັກໂນโลยี ແລະການບໍລິການດ້ານການຄ້າ e-commerce. (ຄຳຕັດສິນຂອງສານໃນວັນທີ 26/10/2000, ເລກທີ T-345/99)

- ຄຳວ່າ "CINE COMEDY" ແມ່ນ*ສຳລັບການອອກອາກາດທາງວິທະຍຸແລະໂທລະພາບ, ການຜະລິດຮູບເງົາ, ການສະແດງແລະໃຫ້ເຊົ່າຮູບເງົາ, ແລະການຈັດສັນ, ໂອນຍ້າຍ, ເຊົ່າ ແລະ ການນຳໃຊ້ສິດທິອື່ນໆຂອງຮູບເງົາ (ຄຳຕັດສິນຂອງສານ ວັນທີ 31/01/2001, T-136/99)*;

- ຄຳວ່າ 'COMPANYLINE' ແມ່ນສຳລັບ*ການປະກັນໄພແລະການເງິນ* (ຄຳຕັດສິນວັນທີ 19/09/2002, C-104/00 P);

- ຄຳວ່າ 'TELEAID' ແມ່ນ*ສຳລັບອຸປະກອນເອເລັກໂຕຣນິກເພື່ອການການໂອນສຽງ ແລະການໂອນຂໍ້ມູນ, ການບໍລິການສ້ອມແປງລົດແລະຍານພາຫະນະ, ການເຮັດວຽກ ຂອງເຄືອຂ່າຍການສື່ສານ, ການບໍລິການຈັດເກັບແລະກູ້ໄພ, ແລະການບໍລິການຄອມພິວ ເຕີເພື່ອກຳນົດທີ່ຕັ້ງຂອງຍານພາຫະນະ (ຄຳຕັດສິນ ວັນທີ 20/03/2002, T-355/00);*

- ຄຳວ່າ BIOMILD" *ແມ່ນສຳລັບນົມສົ້ມທີ່ນຸ້ມນວນແລະປອດສານພິດ* (ຄຳຕັດສິນ ວັນທີ 12/02/2004, C-265/00);

- ຄຳວ່າ "QUICKGRIPP" ແມ່ນ*ສຳລັບເຄື່ອງມືຊ່າງ, ທີ່ໃຊ້ໜີບ ແລະອະໄຫລ່ສ່ວນ ຕ່າງໆ ສຳລັບເຄື່ອງມືແລະເຄື່ອງໜີບ* (ຄຳສັ່ງວັນທີ 27/05/2004, T-61/03);

- ຄຳວ່າ "TWIST AND POUR" ແມ່ນ*ສຳລັບພາຊະນະປລັສຕິກທີ່ມີບ່ອນໃຫ້ຖື, ທີ່ ຂາຍເປັນສ່ວນໜຶ່ງ ຂອງອຸປະກອນທາສີ ສາມາດໃຊ້ບັນຈຸ, ຈັດເກັບ ແລະ ຖອກເທ* (ຄຳ ຕັດສິນທີ 12/06/2007, T-190/05).

[84] ຕົວຢ່າງທີ່ກ່າວເຖິງໃນ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.2.

- ຄຳວ່າ 'CLEARWIFI' ແມ່ນ*ສຳລັບການບໍລິການທາງດ້ານໂທລະຄົມມະນາຄົມ, ໄດ້ແກ່ ການເຂົ້າເຖິງເຄືອຂ່າຍຄອມພິວເຕີແລະການສື່ສານຄວາມໄວສູງ* (ຄຳຕັດສິນ ວັນທີ 19/11/2009, T-399/08);

- ຄຳວ່າ 'STEAM GLIDE' ແມ່ນ*ສຳລັບເຕົາຮີດໄຟຟ້າ, ເຕົາຮີດໄຟຟ້າຮູບຊົງແບນ, ເຕົາຮີດໄຟຟ້າສຳລັບເຄື່ອງນຸ່ງ, ອະໄຫລ່ແລະອຸປະກອນເສີມຕ່າງໆ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຂ້າງເທິງ* (ຄຳຕັດສິນ ວັນທີ 16/01/2013, T-544/11).

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການປະສົມປະສານຂອງຄຳອະທິບາຍດ້ວຍຄຳສັບຫຼືອົງປະກອບຂອງຄຳສັບທີ່ເປັນເອກະລັກໂດດເດັ່ນ ເຊິ່ງສາມາດເຮັດໃຫ້ການປະສົມປະສານໂດຍລວມມີລັກສະນະສະເພາະພໍສົມຄວນ. ການປະສົມປະສານຂອງຄຳອະທິບາຍໂດຍສົມທົບກັບເຄື່ອງໝາຍຂອງບຸກຄົນດຽວກັນທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນມາກ່ອນໜ້າ ນີ້, ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວກໍ່ຈະຫລີກລ້ຽງການຊອກຫາຄຳອະທິບາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການແບບດຽວກັນ.

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ການປະສົມປະສານຂອງຄຳສັບໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍຄຳສັບເຂົ້າກັບອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະນັ້ນ ກໍ່ສາມາດປະສົມປະສານກັນໄດ້ (ເຄື່ອງໝາຍແບບປະສົມ) ແລະ ກໍ່ໄດ້ອອກມາເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກປະສົມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ມີຄຳສັບຫຼືອົງປະກອບທີ່ມີຄວາມໝາຍປະສົມປະສານກັບການນຳສະເໜີແບບພາບທີ່ໂດດເດັ່ນ ທີ່ມັນເປັນເອກະລັກສະເພາະໃນປະເທດມາເລເຊຍ:

ສຳລັບນ້ຳດື່ມແຮ່ທາດແລະນ້ຳດື່ມອັດລົມ, ເຄື່ອງດື່ມທີ່ບໍ່ມີທາດເຫຼົ້າ, ເຄື່ອງດື່ມນ້ຳໝາກໄມ້ ນ້ຳຫວານເຂັ້ມຂຸ້ນຫຼືໄຊຣັບປ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມອື່ນໆ

04005494 -- CHEONG KIM CHUAN TRADING SDN. BHD.

ສຳລັບເບຍ ນ້ຳດື່ມແຂ່ຫາດແລະນ້ຳດື່ມອັດລົມ, ເຄື່ອງດື່ມທີ່ບໍ່ມີທາດເຫຼົ້າ, ເຄື່ອງດື່ມນ້ຳໝາກໄມ້ ນ້ຳຫວານເຂັ້ມຂຸ້ນຫຼືໄຊຣັບປ໌ ແລະເຄື່ອງດື່ມອື່ນໆ.

07022647 – TH TONG FOOD INDUSTRIES SDN. BHD.

[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

ນອກຈາກນັ້ນ, ການປະສົມປະສານຂອງຄຳສັບທີ່ບໍ່ທຳມະດາຫຼືແບບແນວຄິດສ້າງສັນທີ່ພໍ ຈະເຮັດໃຫ້ມີຄວາມປະທັບໃຈພຽງພໍທີ່ຈະຖືກລົບອອກຈາກຄວາມໝາຍແບບທຳມະດາຂອງຄຳ ພື້ນຖານຕ່າງໆທີ່ອາດຈະຖືກພິຈາລະນາເປັນທີ່ໂດດເດັ່ນ. ຖ້າຫາກການປະສົມປະສານຂອງສອງຫຼື ຫຼາຍຄຳສັບ ຫຼື ອົງປະກອບນັ້ນ ມີຜົນອອກມາເປັນທີ່ໜ້າເພິ່ງພໍໃຈແລ້ວ, ການປະສົມປະສານນີ້ກໍ່ ອາດຈະມີລັກສະນະສະເພາະພຽງພໍ.[85]

ຕົວຢ່າງ, ການປະສົມປະສານຂອງອົງປະກອບທີ່ໃຊ້ອະທິບາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ສາມາດຖືວ່າມີ ເອກະລັກສະເພາະແລະໂດດເດັ່ນ:[86]

- ຄຳວ່າ " YOUTH CODE" *ແມ່ນສຳລັບເຄື່ອງສຳອາງ*;
- ຄຳວ່າ "MR SUSHI" *ແມ່ນສຳລັບອາຫານຍີ່ປຸ່ນ, ລວມທັງການເຮັດຊູຊິ, ເຄື່ອງເທດ ແລະສ່ວນປະກອບຂອງຊູຊິທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງຫມົດ*

2.3.6 ສັນຍາລັກອະທິບາຍທາງພູມສາດ

2.3.6.1 ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ

ສັນຍາລັກທາງພູມສາດແມ່ນຊື່, ຄຳສັບ, ສັນຍາລັກທີ່ບອກຮູບຮ່າງ ຫຼືສັນຍາລັກແບບປະສົມ ທີ່ບົ່ງບອກຫຼືຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍທາງພູມສາດ. ຄຳສັບທາງພູມສາດປະກອບມີ ຊື່ຂອງສະຖານທີ່ ທາງພູມສາດ ທີ່ບໍ່ພຽງແຕ່ຊື່ປະເທດຕ່າງໆ, ເຂດແຄວ້ນແລະການກຳນົດເຂດແດນການປົກຄອງເທົ່າ

[85] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.2.

[86] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະ�โป.

ນັ້ນ, ແຕ່ກໍ່ຍັງມີຊື່ຂອງປະກົດການທາງພູມສາດ ຫຼື ພູມີປະເທດເຊັ່ນ: ແມ່ນ້ຳ, ພູ, ທະເລຊາຍ, ປ່າໄມ້, ມະຫາສະໝຸດ, ທະເລສາບ ແລະອື່ນໆ [87]

ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບຫຼືບັນຈຸໄປດ້ວຍຄຳສັບທາງພູມສາດຫຼືອົງປະກອບທີ່ບອກຮູບຮ່າງທີ່ມີຄວາມໝາຍທາງພູມສາດທີ່ອາດຈະມີລັກສະນະສະເພາະພຽງພໍທີ່ຈະຖືກຮັບຮູ້ແລະນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເຄື່ອງໝາຍ ທາງພູມສາດອາດຈະມີລັກສະນະອະທິບາຍໄດ້ ເມື່ອນຳໄປໃຊ້ຄຽງຄູ່ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະ. ໃນກໍລະນີນີ້ສັນຍາລັກນີ້ຈະຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ.

ຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ "BOHEMIA" ຈະເປັນຄຳອະທິບາຍລາຍລະອຽດທາງພູມສາດສຳລັບເບຍ, ໂດຍທີ່ພິຈາລະນາວ່າ ຂົງເຂດ �โบเธเมย (ສາທາລະນະລັດເຊັກ) ແມ່ນຂົງເຂດທີ່ຜະລິດເບຍ. โบเธเมยยังเป็นขิงเขดที่ຮູ້ຈັກກັນດີສຳລັບຜະລິດຕະພັນແກ້ວຄຣິສຕັລແບບດັ້ງເດີມ. ເພາະສະນັ້ນ, ການເຊື່ອມໂຍງດ້ານພູມສາດແມ່ນເປັນໄປໄດ້ສຳລັບຜະລິດຕະພັນ "ເບຍ" ແລະ "ແກ້ວຄຣິສຕັລ". ຢູ່ບົນພື້ນຖານຂອງການເຊື່ອມໂຍງດ້ານພູມສາດດັ່ງກ່າວ, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດໄປແລ້ວໃນປະເທດມາເລເຊຍ:[88]

BOHEMIA

*ແມ່ນ**ສຳລັບຜະລິດຕະພັນເບຍ** (**NCL** ຫມວດ **32**)*

ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 92008724 – Cerveceria Cuauhtemoc S.A. de C.V.

Bohemian-Art

*ແມ່ນ**ສຳລັບເຄື່ອງ**ใช้ ในถ้อเธือนและเถื่อง**ใช้ ในเธือนถ้อ, เถื่อง**เถือบเถิ่งแก้ว, เถื่อง**แก้ว, เถื่อง**ปั้นดินเผา ແລະ**ເຄື່ອງ**ເຄືອບປັ້ນດິນເຜົາ*

ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 07005436 — SOUTHERN POTTERY (M) SDN. BHD

ການອະທິບາຍຄວາມໝາຍຂອງສັນຍາລັກທາງພູມສາດຄວນໄດ້ຮັບການປະເມີນໂດຍຄຳນຶງເຖິງ*ຫຼັກໄຊ*ສຳຄັນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

---

[87] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(1)(ຊີ); ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມ ຫນ້າ 37 ແລະ 38; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 20.ຊີ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 23.2 ແລະ 13; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 14(1)(ເອຟ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອັລ ເອັສ. 13.ບີ); ພີ ເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ.123.1(ເຈ), ລະບຽບການ, ອາຣ. 102.ເຈ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(1)(ຊີ); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(2), ແຈ້ງການຂອງກະຊວງການຄ້າ ວັນທີ 20 ກັນຍາ 2004, ເອັສ. 2; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ຊີ) ແລະ ດີ). ນອກຈາກນັ້ນ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.6.

[88] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ.

a. ຂອບເຂດທີ່ປະຊາຊົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດໄດ້ຮູ້ຈັກຫຼືຮັບຮູ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວເປັນຄຳສັບຫຼືສັນຍາລັກທາງດ້ານພູມສາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ໄດ້ນຳໄປໃຊ້;

b. ຂອບເຂດທີ່ພາກສ່ວນສາທາລະນະທີ່ເຊື່ອມໂຍງເອົາ ສະຖານທີ່ທີ່ໄດ້ກຳນົດຫຼືຖືກກຳນົດໂດຍເຄື່ອງໝາຍ ທາງພູມສາດກັບບັນດາສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້ໃນຄຳຮ້ອງ.

ຖ້າຫາກປະຊາຊົນບໍ່ຮູ້ຈັກສັນຍາລັກທາງພູມສັນຖານຫຼື ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ ແຕ່ບໍ່ຖືກຮັບຮູ້ ຫຼື ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ *ສະຖານທີ່ແທ້ຈິງ* ຫຼື *ເປັນໄປໄດ້ຂອງແຫຼ່ງທີ່*ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າທີ່ຖືກລະບຸ, ສັນຍາລັກນັ້ນກໍ່ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນຄຳອະທິບາຍທາງພູມສາດໄດ້.

ຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງຊື່ທາງພູມສາດທີ່ສາມາດພິຈາລະນາອະທິບາຍລາຍລະອຽດຂອງສິນຄ້າສະເພາະໃດໜຶ່ງ:[89]

ຄຳວ່າ "PARIS" ແມ່ນສຳລັບ*ເຄື່ອງນຸ່ງແລະເຄື່ອງສຳອາງ*;

ຄຳວ່າ "NETHERLANDS" *ແມ່ນສຳລັບເຫຼົ້າ*;

ຄຳວ່າ "ATLANTIC" *ແມ່ນສຳລັບກຸ້ງແລະປາແຊນມອນ*

ຮູບແບບຄຳສັບທີ່ເປັນຄຳຄຸນນາມຂອງຊື່ທາງພູມສາດຕ້ອງ ປະຕິບັດເຊັ່ນດຽວກັບຊື່ທາງພູມສາດແລະ ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບຫຼືປະຕິເສດຍ້ອນເຫດຜົນດຽວກັນກັບສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ "PARIS" ແລະ "PARISIAN" ຄວນຖືເປັນຄຳສັບທາງດ້ານພູມສາດ, ເຖິງແມ່ນວ່າ "parisian" ຈະບໍ່ແມ່ນຊື່ທາງພູມສາດຂອງສະຖານທີ່ໃດໜຶ່ງກໍ່ຈິງ ແຕ່ມັນຍັງຖືກຖືວ່າເປັນ ຄຳອະທິບາຍທາງພູມສາດ, ຍ້ອນວ່າມັນໝາຍເຖິງເມືອງປາຣີໃນປະເທດຝຣັ່ງເສດໂດຍກົງ.

ຢູ່ຫວຽດນາມ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ ເພາະຄຳວ່າ “ຮ່າໂນ້ຍ” ແມ່ນຊື່ເມືອງຫລວງຂອງປະເທດຫວຽດນາມ: [90]

[89] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະ�โป.

[90] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ.

Hà Nội

Sản phẩm của Người Hà Nội

ໃບຄຳຮ້ອງ ເລກທີ. 4-2008-16905

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ສັນຍາລັກຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ມີຄຳວ່າ “ຮ່າໂນ້ຍ” ຮ່ວມຢູ່ນຳ ໂດຍໄປສົມທົບກັບ ອົງປະກອບທີ່ເປັນເອກະລັກສະເພາະທີ່ໂດດເດັ່ນທີ່ເປັນຄຳວ່າ “TCIC” ແມ່ນໄດ້ຖືກຍອມຮັບ. ໃນສະພາບດັ່ງກ່າວນີ້, ອົງປະກອບທາງພູມສາດ “ຮ່າໂນ້ຍ” ໄດ້ຖືກເຂົ້າໃຈເປັນສ່ວນປະກອບທີ່ ເສີມຂໍ້ມູນທາງພູມສາດ:

TCIC. Hanoi

ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2011-01766

2.3.6.2 ຊື່ທີ່ຕັ້ງທາງພູມສາດ ທີ່ມີລັກສະນະ ຈິນຕະນາການ, ຕາມใจ ແລະ ແນະນຳ

ຊື່ທາງພູມສາດທີ່ບໍ່ໄດ້ອ້າງຫຼືຊີ້ບອກຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາຫຼືທີ່ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ທາງການຄ້າຂອງ ຜະລິດຕະພັນຫຼືສິນຄ້າສະເພາະໃດໜຶ່ງທີ່ມັນໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ ແລະບໍ່ສາມາດຖືວ່າເປັນການ ອະທິບາຍເຖິງລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການໃດໜຶ່ງໄດ້ໂດຍເຫດຜົນຂອງທີ່ມາທາງ ພູມສາດ ຈະບໍ່ຖືວ່າມັນເປັນ 'ການອະທິບາຍທາງພູມສາດ' ແລະບໍ່ຄວນກໍ່ໃຫ້ເກີດມີການຄັດຄ້ານ. ເຊັ່ນດຽວກັນກັບຊື່ທີ່ເປັນພຽງແຕ່ແນະນຳຫຼືເວົ້າເຖິງສະຖານທີ່ຫຼືສະຖານທີ່ຕົ້ນກຳເນີດໃດໜຶ່ງເທົ່າ ນັ້ນ.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ, ຊື່ທາງພູມສາດ ຄຳວ່າ "MONT BLANC", "ANNAPURNA" ຫຼື "EVEREST" (ຊື່ຂອງພູທີ່ສູງທີ່ສຸດ), "SERENGETI" (ຊື່ທະເລຊາຍ) ແລະ "NIAGARA" (ຊື່ນ້ຳຕົກຕາດ) ແມ່ນເປັນຊື່ທີ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນ ແລະອາດຈະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນ*ເຄື່ອງ ໝາຍການຄ້າສຳລັບເຄື່ອງມືຂຽນ, ອຸປະກອນສຳລັບເຮັດໃຫ້ມີແສງສະຫວ່າງ* ແລະຄວາມຮ້ອນ,

ແວ່ນຕາແລະເລນ, ແລະ*ອຸປະກອນທີ່ໃຊ້ສຳລັບອະນາໄມ* ແລະ *ອຸປະກອນເສີມຕ່າງໆ* ຕາມລຳດັບ.

ຂ້າງລຸ່ມນີ້ ກໍ່ແມ່ນຕົວຢ່າງທີ່ໃຫ້ເບິ່ງເພີ່ມເຕີມຂອງບັນດາຊື່ທາງພູມີສາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນສະເພາະ:

ຄຳວ່າ "TICINO" ແມ່ນສຳລັບອຸປະກອນໄຟຟ້າແລະອະໄຫລ່ຕ່າງໆ;

ຄຳວ່າ "DUNLOP" ແມ່ນສຳລັບແບັດເຕີຣີ, ແວ່ນຕາ, ແລະເລນສ໌;

ຄຳວ່າ "TUCSON" [91], "TORINO" ແລະ "PLYMOUTH" ແມ່ນສຳລັບລົດ.

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຄຳວ່າ "ALASKA" ແມ່ນສຳລັບນົມແລະຜະລິດຕະພັນນົມອື່ນໆ ແລະ ຄຳວ່າ "MANHATTAN" ແມ່ນສຳລັບເຄື່ອງນຸ່ງແລະເກີບທີ່ສາມາດຍອມຮັບໃຫ້ຈົດທະບຽນໄດ້.[92]

ຊື່ເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ໄດ້ອະທິບາຍກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທີ່ເປັນບ່ອນຜະລິດຂອງຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນ, ເພາະວ່າການເຊື່ອມໂຍງລະຫວ່າງສິນຄ້າແລະຊື່ທາງພູມສາດຂອງມັນແມ່ນມີລັກສະນະແບບຕາມໃຈ, *ແບບຈິນຕະນາການ*, ຫຼື *ພຽງແຕ່ເປັນແບບ**ສະເໜີແນະນຳ***. ຍ້ອນວ່າການເຊື່ອມໂຍງລະຫວ່າງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນກັບສະຖານທີ່ທາງພູມສາດບໍ່ໜ້າຈະເປັນໄປໄດ້, ຊື່ເຫຼົ່ານັ້ນກໍ່*ສາມາດ*ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ຊື່ທາງພູມສາດຂອງເມືອງ, ເຂດ, ແຂວງຫຼືສະຖານທີ່ອື່ນໆທີ່ບໍ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະຊຸມຊົນທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດ, ຫຼືບໍ່ຮູ້ວ່າ ມັນເປັນຫຼືອາດຈະເປັນສະຖານທີ່ຕົ້ນແຫຼ່ງທີ່ມາ ຫຼື ຜະລິດສິນຄ້າ (ຫຼືບໍລິການ) ທີ່ຈະນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນີ້ ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນຄຳອະທິບາຍທາງພູມສາດແລະອາດຈະຖືກຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ. ສິ່ງນີ້ສາມາດກວດກາເບິ່ງໄດ້ໂດຍການກຳນົດວ່າ ຊື່ທາງພູມສາດເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຫຼືເປັນສິ່ງທຳມະດາໃນພາກປະຕິບັດໃນວົງການການຄ້າຫຼືທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຊື່ 'CANTA', ເຊິ່ງ ທີ່ກຳນົດເປັນຊື່ຂອງແຂວງນ້ອຍໆແຂວງໜຶ່ງໃນປະເທດເປຣູ, ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນຄຳ ອະທິບາຍທາງພູມສາດ (ຕົວຢ່າງ: ກຳນົດແຫຼ່ງທີ່ມາຫຼືແຫຼ່ງອ້າງອີງທາງພູມສາດ) ຖ້າໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ມາເປັນຍີ່ຫໍ້ທາງວິທະຍາສາດ, ທາງທະເລ, ການ ສຳຫຼວດ, ການ

[91] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

[92] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

ຖ່າຍຮູບ, ຮູບເງົາ, ເຄື່ອງມືວັດແທກ ແສງ ນ້ຳຫນັກແລະວັດແທກຄວາມຍາວ. ໃນສ່ວນຂອງ ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານີ້ມີຊື່ວ່າ "CANTA" ອາດຈະເປັນທີ່ຮັບຮູ້ໂດຍຜູ້ຄົນໃນທີ່ສາທາລະນະວ່າ ເປັນ ຊື່ທີ່ຈິນຕະນາການຂຶ້ນມາ ໂດຍທີ່ບໍ່ໄດ້ກ່ຽວຂ້ອງກັບແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດທີ່ແທ້ຈິງ ຫຼື ທີ່ອາດຈະ ເປັນໄປໄດ້ຂອງບັນດາສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນ.

2.3.6.3 ສະມາຄົມທາງພູມສາດໃນອະນາຄົດ

ອາດຈະມີການຄັດຄ້ານໂດຍອີງໃສ່ເຫດຜົນຂອງສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ ຖ້າ ຫາກສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ບໍ່ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນເວລາປະຈຸບັນໃນປະເທດນັ້ນ ສາມາດຖືວ່າ ອາດຖືກນຳໄປໃຊ້ ຫຼື ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກໃນປະເທດນັ້ນໃນຕໍ່ໜ້າ ຖ້າສາຍພົວພັນການຄ້າ ພັດທະນາດີຂຶ້ນ. ສະມາຄົມທີ່ສາມາດຄາດເດົາໄດ້ຂອງຜະລິດຕະພັນສະເພາະໃດໜຶ່ງ ທີ່ມີແຫຼ່ງທາງ ພູມສາດສະເພາະນີ້ສາມາດຖືກປະເມີນໂດຍການອ້າງອີງເຖິງຄວາມຮັບຮູ້ໂດຍສະມາຊິກຂອງຊຸມ ຊົນທຸລະກິດການຄ້າທ້ອງຖິ່ນ, ວົງການການຄ້າທ້ອງຖິ່ນ, ແລະທັງໂດຍຈຸດປະສົງແລະຂໍ້ມູນທີ່ມີ, ເຊັ່ນ: ໃນອິນເຕີເນັດ ຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວແມ່ນມີຢູ່ໃນປະຈຸບັນແລະສາມາດ ກຳນົດໃນເວລານຳໃຊ້ແລະ ດັ່ງນັ້ນ ມັນຈຶ່ງບໍ່ສາມາດຖືວ່າ ເປັນພຽງແຕ່ທິດສະດີຫຼືການຄາດເດົາເທົ່ານັ້ນ.

ການຄັດຄ້ານຂໍ້ມູນເຫຼົ່ານີ້ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ ຈາກການຄັດຄ້ານຈາກພາກສ່ວນບຸກຄົນທີ ສາມພາຍນອກທີ່ໃຫ້ຄວາມສົນໃຈຫຼືຈາກອົງການຂອງລັດຖະບານໃນຕ່າງປະເທດ. ມັນບໍ່ຈຳເປັນທີ່ ຈະຕ້ອງໃຫ້ມີການຄັດຄ້ານຕາມໜ້າທີ່ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ກວດສອບບໍ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກ່ຽວກັບຊື່ທາງພູມສາດໄດ້.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນທາງທິດສະດີຫຼືການເກັງກຳໄລ ທີ່ສິນຄ້າຫຼືການ ບໍລິການບາງຢ່າງອາດຈະເກີດຂຶ້ນຫຼືດຳເນີນການຈາກສະຖານທີ່ທາງພູມສາດທີ່ບໍ່ແນ່ນອນໃນ ອະນາຄົດນັ້ນ ບໍ່ຄວນໃຫ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ເປັນເຫດຜົນສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຊື່ທາງ ພູມສາດດ້ວຍເຫດຜົນຂອງການອະທິບາຍທາງພູມສາດ.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນຖ້າປະເທດເອທິ�โอເປຍເປັນທີ່ຮູ້ຈັກໃນວົງການການຄ້າກາເຟ ເນື່ອງຈາກ ເປັນແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງເມັດກາເຟແລະຜະລິດຕະພັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ຊື່ຂອງພາກພື້ນຫຼືທີ່ ຕັ້ງໃນປະເທດເອທິโอເປຍກໍ່ສາມາດນຳມາຕັ້ງສົມມຸດຕິຖານຂຶ້ນໄດ້ຢ່າງສົມເຫດສົມຜົນວ່າ

ເປັນແຫຼ່ງຕົ້ນກຳເນີດທີ່ມາຂອງຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ ເຖິງແມ່ນວ່າຖ້າຫາກຊື່ສະເພາະຂອງ ສະຖານທີ່ດັ່ງກ່າວ ຫາກຍັງບໍ່ທັນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກສຳລັບພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດ ທີ່ຂໍຈົດ ທະບຽນຊື່ນັ້ນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າກໍ່ຕາມແຕ່.

ວິທີການນີ້ກ່ຽວກັບສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ສາມາດຊ່ວຍປ້ອງກັນການຈົດທະບຽນສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ສຸດຈະລິດທີ່ມັນມີຄວາມໝາຍສຳຄັນທາງພູມສາດ, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງແມ່ນບັນດາຕ່າງປະເທດ.

2.3.6.4 ສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ເປັນຮູບຮ່າງ

ສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ແລະ ທີ່ເປັນຮູບແບບປະສົມທີ່ບັນຈຸຫຼືມີການສະແດງເຖິງໂຄງສ້າງອາຄານທີ່ມີຊື່ສຽງ, ໂຄງສ້າງ, ສະຖານທີ່ຕັ້ງສຳຄັນທາງພູມສັນຖານແລະຮູບພາບອື່ນໆທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ ອາດຈະເປັນຕົວຊີ້ບອກຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດຖ້າຫາກມີການອ້າງອີງທີ່ຈະແຈ້ງເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດໂດຍສະເພາະ ບັນດາສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວ ຄວນໄດ້ຮັບການປະຕິບັດຄືກັນກັບຊື່ແລະຄວາມຂໍ້ກຳນົດທາງພູມສາດ ໂດຍໃຫ້ຄຳນຶງເຖິງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ໃນການຕັດສິນໃຈທີ່ຈະບອກວ່າ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງແລະທີ່ເປັນຮູບແບບປະສົມນັ້ນ ຈະເປັນການອະທິບາຍໃຫ້ຄວາມໝາຍຫຼືຈະເປັນການຫຼອກລວງທາງພູມສາດນັ້ນ, ນັກກວດສອບກໍ່ຕ້ອງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນຄຳຮ້ອງ ແລະໃຫ້ພິຈາລະນາຄວາມຮັບຮູ້ແລະຄວາມຮູ້ຂອງພວກເຂົາ ທາງດ້ານເຄື່ອງໝາຍພູມສາດນັ້ນໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຮູບພາບບາງຮູບອ້າງອີງໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງເຖິງປະເທດ, ເຂດ, ເມືອງ, ຫຼືສະຖານທີ່ ອື່ນໆ ທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງ ທີ່ອາດຈະເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຂອງພາກສ່ວນໜຶ່ງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ. ຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກທີ່ມີເປັນຮູບເປັນຮ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຈະສ້າງຂໍ້ສັນນິຖານການໄວ້ໃນເບື້ອງຕົ້ນວ່າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໄດ້ດຳເນີນງານຫຼືມີການພົວພັນກັບແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດທີ່ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງກັບຮູບພາບ ອັນໄດ້ແກ່ປະເທດຝຣັ່ງ, ສະຫະລັດອາເມລິກາ ແລະຍີ່ປຸ່ນ, ຕາມລຳດັບ:

[ຕົວຢ່າງຕາມລຳດັບຈາກ, from http://www.clker.com/clipart-la-tour-eiffel-eiffel- tower--4.html; http://lossuperinfantes.blogspot.com/2014/02/tipos-de-recursos- ejemplos.html; and https://matadornetwork.com/read/epic-views-mount-fuji/]

ການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນບໍ່ໄດ້ຖືກອະນຸຍາດໃຫ້ນຳໄປໃຊ້ໃນຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການໃດໆໃນປະເທດຫວຽດນາມ ກໍ່ຍ້ອນວ່າມັນເປັນສັນຍາລັກຂອງເຈດີທີ່ມີຊື່ສຽງໃນຮ່າໂນ້ຍ, ເຊິ່ງຜູ້ບໍລິໂພກຈະເບິ່ງວ່າ ມັນມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະບົ່ງບອກເຖິງແຫຼ່ງກຳເນີດທາງພູມສາດ:

ເລກທີ ສະໝັກ 4-2010-17717
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍ*ແບບປະສົມ*ທີ່ມີອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ທີ່ອາດຈະໄດ້ຮັບການຍອມຮັບວ່າ ເປັນການອ້າງອີງໂດຍກົງໄປທີ່ສະຖານທີ່ທີ່ຕັ້ງທາງພູມສາດ:

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

ໃນປະເທດໄທ, ການຈົດທະບຽນຂອງບັນດາສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຖືກປະຕິເສດໂດຍທາງການ[93]

ໂຄງร่าง, ຮູບຊົງ, ຫຼື ແຜນທີ່ຂອງປະເທດໜຶ່ງ, ເມື່ອສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ຢ່າງຈະແจ້ງແລ້ວ, ກໍ່ຄວນຖືว่าເປັນເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ອະທິບາຍຄວາມໝາຍທາງພູມສາດໄດ້. ຍົກຕົວຢ່າງ, ແຜນທີ່ປະເທດໄທທີ່ເປັນພື້ນສີທຸງຊາດລຸ່ມນີ້ ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍທາງພູມສາດທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ:

[93] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Flag-map_of_Thailand.png]

ໃນການເຊື່ອມໂຍງກັບສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ລັກສະນະອະທິບາຍນັ້ນ, ກະລຸນາເບິ່ງຂໍ້ 2.3.6.1 ຂ້າງເທິງ. ສຳລັບສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ມີຄວາມໝາຍຫຼອກລວງຫຼືເຮັດໃຫ້ເກີດການເຂົ້າໃຈຜິດ, ເບິ່ງຂໍ້ 3.2 ຂ້າງລຸ່ມນີ້.

2.3.6.5 ສັນຍາລັກທາງພູມສາດທີ່ບົ່ງບອກເຖິງແຫຼ່ງກຳເນີດຫຼືການເຊື່ອມໂຍງທາງພູມສາດທີ່ແທ້ຈິງ

ສັນຍາລັກທາງພູມສາດບາງຢ່າງໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມເປັນມາ ຫຼື ການເຊື່ອມຕໍ່ກັບທາງພູມສາດທີ່ແທ້ຈິງ. ນີ້ອາດແມ່ນຍ້ອນເຫດຜົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບທີ່ຕັ້ງອັນດັ້ງເດີມຂອງການສ້າງແຫຼ່ງຜູ້ຜະລິດຫຼືຂອງສະຖານທີ່ຂອງກິດຈະກຳ ການຄ້າໃນປະຈຸບັນ. ຖ້າຫາກວ່າ ສັນຍາລັກເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ຮັບຄວາມໝາຍ ທີ່ໂດດເດັ່ນຫຼືມີຄວາມໝາຍທີສອງ ໂດຍຜ່ານການນຳໃຊ້, ພວກມັນອາດຈະຖືກໃຫ້ຮັບຮູ້ວ່າ ມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້.

ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍໄດ້ກຳນົດໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍຫຼືໃສ່ຊື່ປະເທດນັ້ນ, ນັກກວດສອບອາດຈະໄດ້ຮ້ອງຂໍໃຫ້ຜູ້ຮ້ອງຂໍຍື່ນສະແດງຫຼັກຖານທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ເຈົ້າໜ້າທີ່ທີ່ມີອຳນາດຂອງປະເທດນັ້ນໆໄດ້ອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໄປແລ້ວ.

ຕໍ່ໄປນີ້ ມັນແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງສັນຍາລັກທີ່ມີຄຳສັບທາງພູມສາດ ແຕ່ກໍ່ບໍ່ຄວນໃຫ້ເກີດມີການຄັດຄ້ານຄືກັນ ເນື່ອງຈາກວ່າສັນຍາລັກເຫຼົ່ານີ້ ມີລັກສະນະສະເພາະແລະອາດຈະໄດ້ຮັບອະນຸຍາດສຳລັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້:

- ຄຳວ່າ "SINGAPORE AIRLINES", "BANGKOK AIRWAYS" ແລະ "SWISS" *ແມ່ນສຳລັບການບໍລິການການຂົນສົ່ງທາງອາກາດ;*
- ຄຳວ່າ 'MINNESOTA RUBBER' ແມ່ນ*ສຳລັບຜະລິດຕະພັນແມ່ພິມທີ່ເຮັດຈາກ ຢາງຫຼືພາດສະຕິກ ແມ່ນສຳລັບໃຊ້ໃນອຸດສາຫະກຳ;*
- ຄຳວ່າ "MYANMAR" ແລະ "MANILA" ແມ່ນ*ສຳລັບຜະລິດຕະພັນເບຍ;* '
- ຄຳວ່າ 'YOKOHAMA' ແມ່ນ*ສຳລັບຢາງແລະຜະລິດຕະພັນຢາງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ;*
- ຄຳວ່າ"OERLIKON" ແມ່ນ*ສຳລັບເຄື່ອງມືດ້ວຍມືແລະເຄື່ອງເຊື່ອມໄຟຟ້າ;* '
- 'ZURICH' ແມ່ນ*ສຳລັບການປະກັນໄພແລະການບໍລິການດ້ານການເງິນ;* '
- 'VAUXHALL' ແມ່ນ*ສຳລັບພາຫະນະເຄື່ອງຈັກ.*

ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ຮ້ອງຂໍນັ້ນ ບໍ່ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງກັບທີ່ຕັ້ງພູມສາດທີ່ມີຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ໃນ ການຈົດທະບຽນນັ້ນ, ນັກກວດສອບອາດຈະຄັດຄ້ານ, ຖ້າຫາກວ່າສັນຍາລັກນີ້ມີຄວາມໝາຍທາງ ພູມສາດ ຫຼື ມີຄວາມໝາຍທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ຫຼື ບໍ່ຖືກຕ້ອງທາງດ້ານພູມສາດ, ແລະ ໃຫ້ຮ້ອງຂໍຫຼັກຖານ ສະແດງລັກສະນະສະເພາະ ເພື່ອທີ່ທ່ານໄດ້ນຳໄປໃຊ້ເພື່ອເອົາຊະນະການຄັດຄ້ານນັ້ນ.

ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍຫຼືບັນຈຸແຜນທີ່ຫຼືໂຄງສ້າງຮູບແຜນທີ່ຂອງປະເທດໃດໜຶ່ງ ຈະ ຊີ້ບອກເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດທີ່ແທ້ຈິງຂອງພວກເຂົາ. ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ກະລຸນາເບິ່ງ ຂໍ້ 2.3.6.4 ຂ້າງເທິງ.

ກ່ຽວກັບສັນຍາລັກທີ່ໃຫ້ຄຳອະທິບາຍທາງພູມສາດທີ່ຫຼອກລວງ ຫຼືສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ, ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ 3.2 ຂ້າງລຸ່ມນີ້.

2.3.7 ສຳນວນສະແດງການຍ້ອງຍໍແລະສັນຍາລັກອື່ນໆ

ສຳນວນທີ່ໃຊ້ສະແດງການຍ້ອງຍໍ ທີ່ສະແດງເຖິງລັກສະນະຄວາມຕ້ອງການຫຼືທີ່ດີກວ່າຂອງ ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ພວກເຂົາໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ ຫຼື ອ້າງອີງເຖິງສິນຄ້າຫຼືການ ບໍລິການໂດຍກົງທີ່ມີລັກສະນະຕາມເງື່ອນໄຂຫຼືໄດ້ອະທິບາຍໄວ້ໃນເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດ.

ສຳນວນທີ່ໃຊ້ສະແດງການຍ້ອງຍໍຕ້ອງໃຫ້ຖືວ່າ ແມ່ນສຳນວນທີ່ໃຊ້ການອະທິບາຍ ບໍ່ວ່າມັນ ແມ່ນຄວາມຈິງ, ການພິສູດຄວາມຖືກຕ້ອງ, ການຄາດເດົາ, ການເວົ້າເກີນຈິງ, ຄວາມບໍ່ໜ້າເຊື່ອ, ຫຼື ບໍ່ຈິງທັງໝົດນັ້ນເອງ. ໃນຖານະທີ່ເປັນສິນຍາລັກທີ່ໃຊ້ອະທິບາຍນັ້ນ, ການຈົດທະບຽນຂອງມັນ ຄວນຖືກປະຕິເສດການທີ່ຈະມາຈົດທະບຽນເພື່ອມາເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ຍົກຕົວຢ່າງຂອງສຳນວນທີ່ສະແດງອອກເຖິງການຍ້ອງຍໍທີ່ທີ່ໃຊ້ການອະທິບາຍ ເຊິ່ງກໍ່ຄວນຖືກຄັດຄ້ານນັ້ນ ແມ່ນ ຄຳວ່າ "SUPER", "SUPREME", "BEST", "EXTRA FINE", "FIRST", "PRIME", "MODERN", "ULTIMATE", "PREMIUM".

ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດທີ່ຈະໃຫ້ຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດໄທ:

ຄຳນີ້ແມ່ນສຳລັບເຄື່ອງນຸ່ງ
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

ຄຳສັບຕ່າງໆທີ່ສື່ເຖິງຄວາມໝາຍທົ່ວໄປໃນທາງບວກ ແຕ່ບໍ່ໄດ້ "ອະທິບາຍ" ກ່າວເຖິງໂດຍກົງ ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ຄວນຖືວ່າ ມັນເປັນຄຳອະທິບາຍສຳລັບຈຸດປະສົງເຫຼົ່ານີ້. ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳສັບຕ່າງໆເຊັ່ນ "HEAVENLY", "KUDOS" ຫຼື "GLORY" ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນສຳນວນສຳລັບຍ້ອງຍໍຫຼືອະທິບາຍຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໃດໆ.

ຄຳທີ່ກ່ຽວກັບປະໂຫຍກທີ່ມີກຽດແລະຄຳຂວັນ, ກະລຸນາເບິ່ງປະໂຫຍກ 2.3.8 ຂ້າງລຸ່ມນີ້.

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນ*ຮູບເປັນຮ່າງ*ອາດຈະຖືວ່າເປັນການຍ້ອງຍໍແລະອະທິບາຍຄວາມໝາຍ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ເຫັນວ່າມັນກໍ່ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈຂອງປະຊາຊົນທົ່ວໄປເພື່ອສື່ຄວາມໝາຍວ່າ "ດີ," "ເໝາະສົມທີ່ສຸດ," "ອັນດັບໜຶ່ງ":

ສຳລັບໃຊ້ກັບ "ເຈ້ຍ" - ເລກທີ ສະໝັກ 4-004-01831
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງຫວຽດນາມ]

2.3.8 ວະລີໂຄສະນາ ແລະ ຄຳຂວັນ ທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ

ວະລີໂຄສະນາຫຼືຄຳຂວັນນັ້ນຄວນຖືກປະຕິເສດວ່າຈາກການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ຖ້າຫາກມັນສື່ຄວາມໝາຍແບບການອະທິບາຍ. ນີ້ແມ່ນກໍລະນີ ທີ່ເມື່ອປະໂຫຍກນີ້ສະແດງຂໍ້ມູນໂດຍທີ່ກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ໃນການອ້າງອີງເຖິງລັກສະນະ, ຊະນິດ, ຄຸນນະພາບ, ຈຸດປະສົງ, ປະໂຫຍດ, ມູນຄ່າການຄ້າ, ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ຫຼື ຄຸນລັກສະນະອື່ນໆຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ ຫຼື ການສະໜອງຈັດຫາຂອງພວກມັນໃຫ້ແກ່ສາທາລະນະ.[94]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ປະໂຫຍກຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດທີ່ຈະຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດໄທດ້ວຍເຫດຜົນສຳລັບການຄຳອະທິບາຍ: [95]

ໃຊ້ສຳລັບການໂຄສະນາ, ການບໍລິການທຸລະກິດ, ການຄຸ້ມຄອງການຕະຫລາດ, ການໃຫ້ຄຳປຶກສາດ້ານການຕະຫລາດ, ການສົ່ງເສີມການຕະຫລາດ, ການຕະຫລາດແບບດິຈິຕອນ.

ເຫດຜົນອັນດຽວກັນສຳລັບການປະຕິເສດ ແມ່ນຈະນຳໄປໃຊ້ ຖ້າວະລີ ຫຼື ຄຳຂວັນນັ້ນແມ່ນການ *ຍ້ອງຍໍ* ຫຼື ຖ້າບໍ່ດັ່ງນັ້ນ ມັນແມ່ນການອະທິບາຍເຖິງຂໍ້ດີ ຫຼື ຄຸນລັກສະນະອື່ນໆຂອງຄຸນນະພາບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ແທ້ຈິງ.

ຕົວຢ່າງຂອງຄຳຂວັນທີ່ໃຫ້ການອະທິບາຍ ຫຼື ຍ້ອງຍໍ ອັນລວມມີ:[96]

"ລະລາຍໃນປາກຂອງທ່ານບໍ່ລະລາຍໃນມື" (ໃຊ້ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຊັອກໂກແລັດ),

"ຄວາມປອດໄພແມ່ນສິ່ງທຳອິດ" (ໃຊ້ສຳລັບພາຫະນະແລະຊິ້ນສ່ວນອະໄຫລ່ຕ່າງໆ)

---

[94] ຍົກຕົວຢ່າງ, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 2.5.

[95] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

[96] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງຫວຽດນາມ.

"ຄັ້ງທຳອິດຂອງຊັ້ນຮຽນ"

"ເບີໜຶ່ງ - ປະຈຸບັນແລະຕະຫຼອດໄປ"

"ຊື້ເບີທີໜຶ່ງໃນຕະຫຼາດ"

"ກາເຟ / ຊັອກໂກແລດ / ຜະລິດຕະພັນໝາກໄມ້ ... ທີ່ດີທີ່ສຸດ!" (ໃຊ້ສຳລັບກາເຟ, ຊັອກໂກແລັດ ຫຼື ໝາກໄມ້)

"ສິ່ງທີ່ດີທີ່ສຸດເທົ່ານັ້ນສຳລັບທ່ານເທົ່ານັ້ນ!"

"ເຮົາແຕ່ງແຟຊັ່ນບໍ່ຄືໃຜ" (ໃຊ້ສຳລັບເສື້ອຜ້າ, ແວ່ນຕາ, ອຸປະກອນເສີມ)

"ໂລກຂອງທ່ານ. ເປັນສ່ວນຕົວຫຼາຍຂຶ້ນ" (ໃຊ້ສຳລັບຊອບແວຣ໌ໂປແກຼມຄອມພິວເຕີຣ໌ແລະການໃຊ້ໂປແກຼມຄອມພິວເຕີຣ໌ທີ່ບໍ່ສາມາດດາວໂຫລດໄດ້ຊື່ວຄາວ).

ຄຳຂວັນຫຼືປະໂຫຍກທີ່ໃຊ້ອະທິບາຍຫຼືໃຊ້ໃນການຍ້ອງຍໍ ອາດຈະຖືກສະແດງອອກໄດ້ຢ່າງໂດດເດັ່ນໂດຍການລວມເອົາໜຶ່ງ ຫຼື ຫລາຍຄຳທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງທີ່ໂດດເດັ່ນພໍດີ. ຍົກຕົວຢ່າງ:

01008384 - US POINT VISION CARE GROUP SDN. BHD.
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

2.3.9 ສັນຍາລັກແບບຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ

ສັນຍາລັກແບບຮູບຮ່າງທີ່ສາມາດໃຊ້ອະທິບາຍເຖິງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງໄດ້ນັ້ນ ຄວນຖືກປະຕິເສດການເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ. ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້, ກໍ່ຍ້ອນເຫດຜົນອັນດຽວກັນທີ່ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ກັບສັນຍາລັກທີ່

ອະທິບາຍດ້ວຍຄຳສັບ.

ສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງນັ້ນ ຄວນຖືເປັນຄຳອະທິບາຍເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍການສະແດງຜະລິດຕະພັນ (ຫຼືບໍລິການ)ທີ່ຄືກັນ ຫຼືບໍ່ໄດ້ຖືກແຍກອອກຈາກລັກສະນະທີ່ສະແດງອອກທີ່ຄ້າຍຄືກັນ. ສັນຍາລັກແບບຮູບຮ່າງທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍນັ້ນ ຄວນກໍ່ໃຫ້ເກີດການຄັດຄ້ານດ້ວຍເຫດຂອງການອະທິບາຍ, ຖ້າຫາກມັນໄດ້ສະແດງອອກມາຢ່າງຈະແຈ້ງເຖິງລັກສະນະ, ປະເພດ, ການນຳໃຊ້, ຈຸດປະສົງຫຼືຄຸນລັກສະນະອື່ນໆຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ.[97]

ຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນບາງຕົວຢ່າງຂອງສັນຍາລັກທີ່ຄວນຖືວ່າເປັນຄຳອະທິບາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການໃດໜຶ່ງ:

ໃຊ້ສຳລັບອຸປະກອນຂີ່ມ້າຫຼືພາຫະນະຂົນສົ່ງດ້ວຍແຮງມ້າ
[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://clipart-library.com/clipart/8TE6Raedc.htm]

ໃຊ້ສຳລັບຜະລິດຕະພັນອາຫານໝາ
[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://www.clipartbest.com/dog-drawing-pictures]

[97] ເບິ່ງຕົວຢ່າງໄດ້ທີ່ the EUIPO Guidelines, Part B, Section 4, Chapter 4, item 3

ໃຊ້ສຳລັບເຄື່ອງມືໃຊ້ມື ແລະ ເຄື່ອງມືໃຊ້ໄຟຟ້າ

[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://freevector.co/vector-icons/other/pipe-wrench.html]

ໃຊ້ສຳລັບກັບເສັ້ນເຝີແລະເສັ້ນລອດ

00009185 – CHEAH PAK FOO T/A FOO WON MEE MANUFACTURER

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

ໃຊ້ສຳລັບບໍລິການໃນໂຮງແຮມ

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ສັນຍາລັກນີ້ຈະຖືກເຂົ້າໃຈວ່າ ເປັນຮູບ "ຫ້າດາວ", ເຊິ່ງແມ່ນອຸປະກອນມາດຕະຖານທີ່ໃຊ້ເພື່ອອະທິບາຍຄຸນນະພາບໃນອຸດສະຫະກຳໂຮງແຮມ.

ຢູ່ປະເທດໄທ, ສັນຍາລັກແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງຂອງສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ພົບເຫັນວ່າມີລັກສະນະທີ່ໃຊ້ອະທິບາຍຜະລິດຕະພັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້ ແລະກໍ່ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ: [98]

[98] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

ໃຊ້ສຳລັບນ້ຳຫອມ, ສະບູ.

ໃຊ້ສຳລັບຫອຍນາງລົມສົດ.

ໃຊ້ສຳລັບຜະລິດຕະພັນນົມ

ໃຊ້ສຳລັບໝາກໄມ້ອົບແຫ້ງແລະ ຜະລິດຕະພັນຈາກໝາກໄມ້.

ສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງເຊິ່ງມີລັກສະນະແຕກຕ່າງກັນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍຈາກ ລັກສະນະ ຫຼື *ຮູບຊົງ*ແບບທຳມະດາຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການບໍລິການໃດໜຶ່ງທີ່ໄດ້ ລະບຸຈະແຈ້ງ ຫຼື ສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ໄດ້ຖືກຈັດໃຫ້ມີຮູບແບບໃນຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງຈາກ ມາດຕະຖານທຳມະດາ,ຈາກການສະແດງຮູບແບບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ. ກໍ່ເຊັ່ນດຽວກັນກັບ ອຸປະກອນທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ມັນບໍ່ຄວນຖືກກ່າວຫຼືກະຕຸ້ນໃຫ້ເກີດມີ*ລັກສະນະສະເພາະຂອງ ຜະລິດຕະພັນ* ຫຼື ການບໍລິການໃດໜຶ່ງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງຕໍ່ໄປນີ້ຈະບໍ່ເຮັດໃຫ້ມີລັກສະນະຫຼື ຮູບຮ່າງແບບປັກກະຕິຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸແລະບໍ່ຄວນຖືວ່າມີລັກສະນະ ອະທິບາຍ:

ใช้สำลับอุปะกอนเสิมให้แก่สักและการบำลิการทางด้านสักตะอะแพด.
[ຕົວຢ່າງຈາກ http://www.clipartbest.com/quarter-horse-face-silhouette]

ใช้สำลับเถื่องมือช่างมือและเถื่องมือไฟฟ้าหรือร้านส้อมแปงกีบจัก
[ຕົວຢ່າງຈາກ http://www.pd4pic.com/wrench/]

ใช้สำลับกะแจลัอกและกะแจลัอกเพื่อถอามปอดไพและ สำลับลิดถีบ, ลิดถีบพับและอะไหล่ ลิดถีบ,ตามลำดับ.
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

ໃຊ້ສຳລັບຜັກດອງ, ຜັກ, ຜັກປຸງແຕ່ງ ໝາກໄມ້ກະປ໋ອງ
ນ້ຳມັນແລະໄຂມັນທີ່ກິນໄດ້ ສັດປີກແລະເກມ ຊີ້ນແລະສິ່ງທີ່ສະກັດອອກມາຈາກຊີ້ນ
02001898 - STC CATERERS SDN. BHD.
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

ຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ, ສັນຍາລັກຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ແລະເປັນທີ່ຍອມຮັບ ເນື່ອງມາຈາກການນຳສະເໜີ ທີ່ໂດດເດັ່ນກວ່າທຳມະດາ, ເຖິງວ່າຮູບຂອງຕົວພັງພອນໄດ້ຖືກພິຈາລະນາໃຫ້ເປັນຄຳອະທິບາຍສຳລັບ *"ກາເຟ"* ບາງປະເພດ ແລະ" ຜະລິດຕະພັນກາເຟ" ໃນປະເທດນັ້ນ:

ໃຊ້ສຳລັບ"ກາເຟ" ຫຼື"ຜະລິດຕະພັນກາເຟ"- ໝາຍເລກຄຳຮ້ອງ 4-2008-01941
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ].

2.4 ຊື່ ແລະ ສິ່ງຄ້າຍຄືກັນຂອງບຸກຄົນ

2.4.1 ຊື່ຂອງບຸກຄົນແລະບໍລິສັດ

ເຄື່ອງໝາຍອາດປະກອບດ້ວຍຊື່ຂອງບຸກຄົນຫຼືນິຕິບຸກຄົນທັງໝົດ ຫຼືບາງສ່ວນ ເຊັ່ນວ່າ ບໍລິສັດ, ບໍລິສັດ ຈຳກັດ, ມູນນິທິ,ຫຼື ອົງການບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລ. (ມູນນິທິ, ສະໂມສອນ, ສະຫະກອນ ແລະອື່ນໆ) ມັນອາດຈະມີຮູບເຄົ່ງຄົງຂອງຄົນຫຼືຮູບຄ້າຍຄືກັນຂອງບຸກຄົນໃດໜຶ່ງນຳອີກດ້ວຍ. [99]

ຊື່ (ຊື່ນາມສະກຸນຫຼືຊື່ເຕັມ) ຂອງແຕ່ລະບຸກຄົນ ຄວນຖືວ່າມີເອກະລັກສະເພາະໃນຕົວ ໂດຍບໍ່ຄຳນຶງເຖິງລັກສະນະທຳມະດາຂອງການເກີດຂຶ້ນຂອງພວກເຂົາໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ໃນກໍລະນີນີ້, ຈະໃຊ້ວິທີການມາກ່ອນໄດ້ກ່ອນ, ໂດຍຄຳນຶງເຖິງກົດລະບຽບສະເພາະກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ຊື່ "MILLER" ອາດຈະຖືກຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງໂດຍບຸກຄົນໃດໜຶ່ງ ແລະຊື່ດຽວກັນໄດ້ຈົດທະບຽນສຳລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງກັນໂດຍບຸກຄົນອື່ນ.

ໃນກໍລະນີທີ່ ຊື່ຈະມີລັກສະນະສະເພາະສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການໃດໜຶ່ງທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້, ໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງ ໝາຍໂດຍບໍ່ຄຳນຶງເຖິງການນຳສະເໜີຫຼືຮູບແບບ. ຊື່ອາດຈະໃຊ້ຕົວອັກສອນມາດຕະຖານ, ໂດຍໃຊ້ຕົວອັກສອນພິເສດ, ເປັນອຸປະກອນທີ່ເປັນສັນຍາລັກແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງຫຼືເປັນການປະສົມປະສານລວມເຂົ້າກັນ.

ໃນກໍລະນີທີ່ສັນຍາລັກປະກອບດ້ວຍ ຫຼືມີຊື່ທີ່ບໍ່ກົງກັບຊື່ຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍ, ນັກກວດສອບອາດຈະຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ສະໝັກສົ່ງຫຼັກຖານ ການຍິນຍອມຈາກຜູ້ທີ່ມີຊື່ຫຼືຈາກຜູ້ຕາງໜ້າທາງກົດໝາຍຂອງຄົນຜູ້ນັ້ນ (ເບິ່ງພາກ 2 ບົດທີ 8 ຂອງ ຄູ່ມື ທີ່ກ່ຽວກັບ ສິດຂອງບຸກຄົນທີສາມຕໍ່ຊື່ສ່ວນຕົວ).

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຊື່ສ່ວນບຸກຄົນຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນມີລັກສະນະສະເພາະແລະອາດຈະຖືກຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ:

---

[99] ເບິ່ງ ຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 4(1); ຄູ່ມື ເຄເຣັຊທີເອັມ ຫນ້າ 31; ໄອດີ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 1.1, 2.3 ແລະ 21.2.ເອ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 16.1 ແລະ 23.7; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 10(1)(ເອ) ແລະ (ບີ); ເອັມເອັມ ທີ ເອັມເອັລ ເອັສ. 14.ບີ); ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ຊີ), ລະບຽບການ ອາຣ. 102.ຊີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) – ‘ ເຄື່ອງໝາຍ ’ ແລະ ‘ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ’, ທີເອັມອາຣ ອາຣ. 14; ທີເຣັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 – ‘ ເຄື່ອງໝາຍ ’ ແລະ 7.1; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 73.3, ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.4.ເອຟ).

pierre cardin

YVES SAINT LAURENT

Jim Thompson

Ford

Ramly

04019735 – ຈົດທະບຽນແລ້ວ - RAMLY FOOD PROCESSING SDN. BHD.
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

ເຊັ່ນດຽວກັນ *ຮູບພາບເຄົ່ງຄືງຂອງບຸກຄົນ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນ*, ຫຼືຮູບร่างหน้าตาของแต่ละบุกคืน. ສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະຄ້າຍຄືບຸກຄົນນັ້ນ ກໍ່ຄວນຖືວ່າມີເອກະລັກສະເພາະແລະອາດຈະຖືກຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ.

ເລື່ອງທີ່ກ່ຽວກັບຄວາມຂັດແຍ່ງທາງດ້ານສິດທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນກັບຈາກການໃຊ້ຊື່ສ່ວນບຸກຄົນ, ຊື່ຕຳແໜ່ງ, ຫຼືຮູບລັກສະນະທີ່ມັນມີຄວາມຄ້າຍຄືໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວໃນສ່ວນຂອງບຸກຄົນທີ່ມີຊື່ສຽງ *ໂດຍໃຊ້ເຫດຜົນປຽບທຽບ*ໃນປະຕິເສດ ຫຼືຍົກເລີກການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ (ເບິ່ງພາກ 2, ບົດທີ 8 ຂອງຄູ່ມືເຫຼົ່ານີ້).

ຊື່ຂອງຜູ້ທີ່ໄດ້ເສຍຊີວິດທີ່ມີຊື່ສຽງຫຼືເປັນທີ່ຮູ້ຈັກອາດຈະສາມາດນຳໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້. ຕົວຢ່າງວ່າ, ຊື່ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບສິນຄ້າທີ່ກ່າວເຖິງໄດ້ ຖ້າຫາກກົດໝາຍບໍ່ໄດ້ຈຳກັດຫຼືຫ້າມບໍ່ໃຫ້ໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ:

- ຊື່ 'BOLIVAR' (ຈາກຊື່ຂອງນັກຕໍ່ສູ້ເພື່ອອິດສະຫຼະພາບຂອງອາເມລິກາໃຕ້ໃນສະຕະວັດທີ 19 ທີ່ຊື່ເຕັມແມ່ນ Simon Bolivar) ໃຊ້ສຳ ລັບ*ເຄື່ອງມືຜ່າຕັດ, ການ ແພດ, ແພດແຂ້ວ ແລະ ສັດຕະວະແພດ.*

- ຊື່ 'DARWIN' (ຈາກຊື່ຂອງນັກວິທະຍາສາດອັງກິດ Charles Darwin ໃນສະຕະວັດ ທີ 19) *ໃຊ້ສຳລັບຜະລິດຕະພັນໝາກໄມ້ແລະຜັກ;*

- ຊື່ 'BACH' (ຈາກຊື່ຂອງນັກປະພັນເຢຍລະມັນ Johann Sebastian Bach ໃນ ສະຕະວັດ ທີ 17) *ໃຊ້ສຳ ລັບຜະລິດຕະພັນຊັອກໂກແລັດແລະເຂົ້າໜົມຕ່າງໆ.*

ກົດໝາຍອາດຈະຈຳກັດຫຼືຫ້າມການຈົດທະບຽນຊື່ຂອງຜູ້ທີ່ເສຍຊີວິດບາງຄົນຍ້ອນເຫດຜົນດ້ານຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບร้อย, ມີສີນລະທຳ, ຫຼືຄວາມເຄົາລົບທີ່ມີຕໍ່ຄວາມຊົງຈຳຂອງພວກເຂົາເຈົ້າ. ສິ່ງດັ່ງກ່າວຈະຂຶ້ນກັບປະເພນີ, ປະຫວັດສາດແລະນະ�โยบายຂອງປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ເວລາທີ່ຜ່ານມານັບຕັ້ງແຕ່ການຖ່າຍທອດບຸກຄະລິກພາບຂອງບັນຫາແລະຄວາມຮັບຮູ້ແລະຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ອ່ອນໄຫວຂອງປະຊາຊົນໃນປະເທດນັ້ນໆ ນອກຈາກນີ້ກໍ່ອາດຈະມີການຄັດຄ້ານໃນນາມຂອງປະຊາຊົນກຸ່ມນ້ອຍພາຍໃນປະເທດຫຼືເພື່ອໃຫ້ມີຄວາມນັບຖືຕໍ່ບຸກຄະລິກພາບທີ່ເປັນທີ່ຄວາມເຄົາລົບຫຼືມີສະຖານະພິເສດຢູ່ປະເທດອື່ນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃນບາງປະເທດ, ຊື່ເຊັ່ນ: SUKARNO, LADY DIANA, CHÉ GUEVARA, ຫຼື EINSTEIN ອາດຈະບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້.[100] ໃນກໍລະນີທີ່ມີຊື່ດັ່ງກ່າວຢູ່ໃນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າ, ນັກກວດສອບຄວນປະເມີນກໍລະນີນີ້ແລະຖ້າຈຳເປັນກໍ່ຕ້ອງຍື່ນຄຳຮ້ອງຄັດຄ້ານຕໍ່ຕ້ານການຈົດທະບຽນດັ່ງກ່າວ.

ຊື່ທາງການຄ້າຂອງນິຕິບຸກຄົນ, ເຊັ່ນວ່າ ບໍລິສັດ, ບໍລິສັດຈຳກັດ, ມູນນິທິ, ຫຼື ອົງການບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລ. (ມູນນິທິ, ສະໂມສອນກີລາ, ສະຫະກອນ, ແລະອື່ນໆ) ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ຖ້າຊື່ນັ້ນມີເອກະລັກທີ່ໂດດເດັ່ນສະເພາະ ເມື່ອນຳໄປໃຊ້ສົມທົບກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຄວາມໂດດເດັ່ນອາດຈະມີມາ ຫຼືໄດ້ມາ.

[100] ຍົກຕົວຢ່າງ, ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງປະເທດບຣູໄນ (ບຣູໄນ ເອັມເອ), ເອັສ. 7 (ຊີ), ແມ່ນໄດ້ຫ້າມບໍ່ໃຫ້ມີການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃດໆທີ່ປະກອບດ້ວຍຫຼືມີ "ການສະແດງເຖິງສົມເດັດພຣະຊູລຕ່ານ ແລະ Yang Di-Pertuan ຫຼືສະມາຊິກຄົນໃດໆກໍ່ແລ້ວແຕ່ໃນຄອບຄົວແຫ່ງລາດຊະວົງຫຼືການລວນແບບສີສັນໃດໆ"

ມັນມັກຈະເປັນກໍລະນີທີ່ສ່ວນທີ່ໂດດເດັ່ນສຳຄັນຂອງຊື່ທາງການຄ້າຂອງບໍລິສັດຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ເປັນ“ ການະຈຳບ້ານ” ຫຼືເຄື່ອງໝາຍການຄ້າພື້ນຖານທີ່ນຳໄປໃຊ້ໃນກ່ຽວກັບກັບຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການຂອງບໍລິສັດ ເຊັ່ນເຄື່ອງໝາຍ "BAYER" (ຈາກ Bayer A.G.), TOYOTA "(ຈາກບໍລິສັດໂຕໂຍຕ້ານໍເຕີ) ແລະ MANCHESTER UNITED (ຈາກສະໂມສອນບານເຕະແມນເຊັສເຕີຢູໄນເຕັດ) ແມ່ນມີຄວາມໂດດເດັ່ນ.

ລັກສະນະທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ຂ້າງເທິງນັ້ນ ກໍ່ໄດ້ນຳໄປໃຊ້ແບບດຽວກັນ ສຳລັບຊື່ຂອງ *ອົງການຈັດຕັ້ງ ແລະ ສະຖາບັນ* ທີ່ມີເອກະລັກສະເພາະແລະສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າເຊັ່ນ ຕົວຢ່າງ ESA (ອົງການອະວະກາດເອີຣົບ) ຫຼື MIT (ສະຖາບັນເຕັກໂນໂລຢີມັສຊາຊູແຊັສ) ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງ ໝາຍໄດ້.

2.4.2 ຊື່ ແລະ ຕົວລະຄອນ ໃນຈິນຕະນາການ

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍຊື່ທີ່ມາຈາກການ *ຈິນຕະນາການ* ຫຼືຮູບພາບຂອງຕົວລະ ຄອນທີ່ໄດ້*ປະດິດຄິດແຕ່ງຫຼືສົມມຸດຂຶ້ນ.* ໂດຍປົກກະຕິສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວແມ່ນມີລັກສະນະທີ່ໂດດເດັ່ນເນື່ອງຈາກໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນເພື່ອນຳໄປໃຊ້ໃຫ້ເປັນຍີ່ຫໍ້ຫຼືເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ຖ້າຫາກສັນຍາລັກປະກອບໄປດ້ວຍ ຊື່ຫຼືຕົວອັກສອນທີ່ນັກກວດສອບມີຄວາມສົງໃສວ່າເປັນຄວາມຈິນຕະນາການຫຼືມີລັກສະນະແບບໃນນະວະນິຍາຍທີ່ປະດິດຄິດແຕ່ງຂຶ້ນເອງ, ນັກກວດສອບອາດຈະຕ້ອງການໃຫ້ຊີ້ແຈງເພື່ອຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງຫຼືໃຫ້ກ່າວເຖິງຄວາມເປັນຈິງນີ້ໃນຄຳຮ້ອງ. ຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນຕົວຢ່າງອັນໜຶ່ງຂອງຍີ່ຫໍ້ທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍຊື່ແລະຕົວລະຄອນທີ່ໄດ້ຈິນຕະນາການກັນຂຶ້ນມາ:

[ຕົວຢ່າງຈາກ: http://juanvaldez3.blogspot.com/2012/06/quienes-somos.html]

2.5 ຄວາມຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ເກີດຈາກການປະສົມປະສານຂອງອົງປະກອບຕ່າງໆ

ສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນ, ບໍ່ມີລັກສະນະທົ່ວໄປ, ບໍ່ມີຄວາມສາມາດໃນການອະທິບາຍໄດ້ນັ້ນ ສາມາດຫລີກລ້ຽງເຫດຜົນທີ່ຈະຖືກປະຕິເສດໄດ້ ຖ້າຫາກເອົາມາປະສົມປະສານລວມໃສ່ກັບເຄື່ອງໝາຍຫຼືອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນ ແລະ ທັງສອງຢ່າງກໍ່ຖືກນຳມາໃຊ້ລວມກັນໂດຍລວມ. ໃນກໍລະນີນີ້, ການຈົດທະບຽນແມ່ນອີງໃສ່ການປະສົມປະສານລວມກັນແລະບໍ່ແມ່ນສຳລັບອົງປະກອບທີ່ບໍ່ໂດດເດັ່ນທີ່ມາຈາກແຕ່ລະບຸກຄົນ[101]

ຕໍ່ໄປນີ້ກໍ່ແມ່ນບາງຕົວຢ່າງຂອງສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ສາມາດນຳໄປຈົດທະບຽນໄດ້ດ້ວຍຕົວເອງ ເນື່ອງຈາກວ່າພວກເຂົາບໍ່ມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນ. ແຕ່ມັນສາມາດຖືກໄປນຳໃຊ້ປະສົມປະສານ ຮວມກັນກັບສັນຍາລັກຫຼືອົງປະກອບເພີ່ມເຕີມທີ່ໂດດເດັ່ນ:

'SOFTER' **GUNILLA – Softer Bed Gear**

ສຳລັບໝອນຫມູນ ແລະ ຜ້າປູບ່ອນນອນ

'EXTRA' 'ARIEL Extra'

ສຳລັບສະບູຊັກຜ້າ ແລະ ຜະລິດຕະພັນທີ່ເພື່ອທຳຄວາມສະອາດ

'GIANT' **'KELLOG'S Giant Servings'**

"ສຳລັບຜະລິດຕະພັນອາຫານທັນຍະພືດ"

'COLLAGEN'

[101] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີລົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 4.1.

ສຳລັບອາຫານເສີມທີ່ບຳລຸງກະດູກແລະຂໍ້ ແລະຜະລິດຕະພັນທາງການແພດ

[ຮູບຈາກ: http://www.naturallife.com.uy]

'EXPERT IN BONE NUTRITION' '**ANLENE** EXPERT IN BONE NUTRITION'

ສຳລັບນົມແລະຜະລິດຕະພັນທີ່ມາຈາກນົມ

'SUPER' '**SAN MIG** COFFEE SUPER'

ສຳລັບຜະລິດຕະພັນກາເຟ

'HEALTHY WHITENING' **'LISTERINE** HEALTHY WHITENING'

ເພື່ອນ້ຳຢາບ້ວນປາກ ຟອກສີແຂ້ວ ເພື່ອຄວາມງາມ

'TERIYAKI'

ສຳລັບການບໍລິການຮ້ານອາຫານ

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

ສຳລັບສິນຄ້າໃນຫມວດ 3 ແລະ 5 ຂອງ NCL

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ສຳລັບຜະລິດຕະພັນເຫລົ້າແວ້ງ

[ຮູບຈາກ: http://wineconcepts.co.za/wp-content/uploads/2016/04/Square- Red-Wine-Bottle-.jpg and https://drizly.com/wine/red-wine/cabernet- sauvignon/josh-cellars-cabernet-sauvignon/p20877]

ສຳລັບອາຫານແມວແລະສັດລ້ຽງ

[ຮູບຈາກ: https://www.123rf.com/photo_21878351_blue-eyed-cat-head.html ແລະ https://petsmartnigeria.com/product/whiskas-pouch-cat-food-fish-selection- jelly-12-x-100g/]

ເພື່ອໃຫ້ສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ໂດດເດັ່ນ ທີ່ມີລັກສະນະທົ່ວໄປຫຼືອະທິບາຍໄດ້ນັ້ນ ສາມາດຮັບການຈົດທະບຽນໄດ້ ຖ້ານຳສະເໜີ ໃນລັກສະນະທີ່ໂດດເດັ່ນຫຼືລວມກັບອົງປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນ, ຮູບແບບຫຼືອົງປະກອບດັ່ງກ່າວ ມັນຄວນຈະມີລັກສະນະສະເພາະ ພຽງພໍ. ການປະສົມປະສານຫຼືການນຳສະເໜີທີ່ບໍ່ໂດດເດັ່ນນັ້ນ ມັນບໍ່ສາມາດເອົາຊະນະການຄັດຄ້ານໄດ້ ກໍ່ຍ້ອນຄວາມບໍ່ໂດດເດັ່ນຫຼືຍ້ອນມີລັກສະນະອະທິບາຍ.[102]

[102] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 4, ຂໍ້ 4.2.

ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຕ້ອງໄດ້ປະເຊີນກັບສັນຍາລັກທີ່ປະກອບດ້ວຍອົງປະກອບຂອງຄຳສັບແລະອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງນັ້ນ ມັກຈະມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະໄປເອົາໃຈໃສ່ຫຼາຍກັບອົງປະກອບຂອງຄຳສັບຫລາຍກວ່າ ແທນທີ່ຈະເປັນອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງ. ຖ້າຫາກວ່າອົງປະກອບຂອງຄຳບໍ່ໂດດເດັ່ນ, ອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງກໍ່ຕ້ອງມີຄວາມໂດດເດັ່ນສູງຂຶ້ນ ກໍ່ເພື່ອໃຫ້ສາມາດຍົກລະດັບຄວາມໂດດເດັ່ນໃຫ້ສູງຂຶ້ນໄປອີກໂດຍລວມ. ອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງນັ້ນ ທີ່ບໍ່ໄດ້ສື່ເຖິງຂໍ້ຄວາມ 'ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ' ໃດໜຶ່ງຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກນັ້ນ ກໍ່ຈະບໍ່ເຮັດຫນ້າທີ່ເປັນສັນຍາລັກທີ່ໂດດເດັ່ນແລະການປະສົມປະສານຮ່ວມກັບສ່ວນປະກອບຂອງຄຳສັບທີ່ບໍ່ຊ້ຳກັນນັ້ນ ກໍ່ຈະບໍ່ສາມາດຖືກຈົດທະບຽນໄດ້.

ກົດລະບຽບຕ່າງໆດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຄວນຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນເວລາທີ່ມີການປະເມີນວ່າການປະສົມປະສານຂອງສັນຍາລັກແບບຄຳສັບທີ່ບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ ທີ່ມີອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງຈະເຮັດໃຫ້ການປະສົມປະສານນັ້ນມີລັກສະນະສະເພາະຂຶ້ນພໍສົມຄວນ:

- ການນຳໃຊ້ສີແລະຕົວອັກສອນນັ້ນ ແມ່ນເປັນເລື່ອງປົກກະຕິແລະມີຢູ່ທົ່ວໄປໃນການຄ້າ ແລະການນຳໃຊ້ຂອງພວກມັນ ຈະບໍ່ຖືກໃຫ້ເຫັນວ່າ ເປັນການບົ່ງບອກເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າ. ສະນັ້ນ, ການປ່ຽນຫຼືເພີ່ມຮູບແບບຕົວອັກສອນ, ຟອນຕ໌ຕົວອັກສອນ ຫຼື ສີດງ່ວ ໃສ່ລົງໄປໃນຄຳສັບທີ່ບໍ່ໂດດເດັ່ນນັ້ນ ແມ່ນຈະເຮັດໃຫ້ມັນມີລັກສະນະສະເພາະຂຶ້ນ. ຍົກຕົວຢ່າງ:

PRIME PRIME PRIME

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການອອກແບບກຣາຟິກໂດຍສະເພາະ ຫຼື *ການຈັດວາງຮູບແບບຕົວອັກສອນ* ແລະ ສີທີ່ແປກຫຼືຜິດປົກກະຕິ ທີ່ສາມາດສ້າງຄວາມປະທັບໃຈທີ່ຍືນຍົງແລະເປັນທີ່ຈົດຈຳຈາກຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງນັ້ນ ມັນກໍ່ສາມາດເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ *ໂດດເດັ່ນໄດ້.* ຍົກຕົວຢ່າງ:

[ຮູບຈາກ: https://www.logolynx.com/topic/diy+business#&gid=1&pid=2]

- ອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງໄດ້ຖືກເອົາເຂົ້າຮ່ວມກັບ ອົງປະກອບຄຳສັບທີ່ບໍ່ມີເອກະລັກໂດດເດັ່ນນັ້ນ ບໍ່ຄວນຈະໃຫ້ປະກອບມີສິ່ງໃດສິ່ງໜຶ່ງ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ກໍ່ເນື່ອງຈາກວ່າ ພວກມັນຈະບໍ່ນຳສະເໜີລັກສະນະສະເພາະທີ່ຕ້ອງການ:

  - ຮູບຮ່າງພື້ນຖານທີ່ລຽບງ່າຍແບບພື້ນຖານ;
  - ອຸປະກອນທີ່ໃຊ້ຕົກແຕ່ງປະດັບປະດາ ຫຼື ລາຍລະອຽດແບບບໍ່ຕໍ່ເນື່ອງ;
  - ຮູບແບບລວດລາຍສຳລັບໃສ່ພື້ນຫລັງ;
  - ອຸປະກອນທີ່ໃຫ້ການອະທິບາຍກ່ຽວກັບສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້, ລວມໄປທັງພາຊະນະບັນຈຸ ຫຼືການຫຸ້ມຫໍ່ ຫຼື ຈຸດຂາຍ ຂອງພວກມັນ;
  - ຂອບ, ກ່ອງ, ປ້າຍຊື່ ຫຼື ຮູບຊົງ ທີ່ເປັນທີ່ນິຍົມໃຊ້ກັນໃນການຄ້າແລະຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປກໍ່ຈະບໍ່ໄດ້ສັງເກດເຫັນຫຼືຮູ້ຈັກວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ຕົວຢ່າງ, ການປະສົມປະສານລວມກັນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ຈະບໍ່ໂດດເດັ່ນພຽງພໍ:

‘100% NATURAL’

ใช้สำลับผะลิตตะพันเถื่องสำอางหือสุขะพาบ
[ธูบจาภ: http://www.foodnavigator-usa.com/Markets/Natural-Clean-Label- Trends-2013-Who-s-driving-the-agenda-From-Simple-Truth-to-Open-Nature]

‘RIESLING’

ใช้สำลับผะลิตตะพันเขาล้ำแอ้ง
[ธูบจาภ: http://www.winelabels.org/artmake.htm]

‘BIOMEDICAL’

‘BIOMEDICAL’

ใช้สำลับผะลิตตะพันและการบำลิการด้านการแพดและสุขะพาบ
[ธูบจาภ: http://www.clker.com/clipart-swoosh-red.html]

‘FRESHLY FRUIT’

‘FRESHLY FRUIT’

ใช้สำลับน้ำหมากไม้, กวมหมากไม้ และ ผะลิดตะพันจากหมากไม้

[ຮູບຈາກhttp://www.realsimple.com/food-recipes/shopping- storing/food/guide-to-organic-labels-10000000696097/]

2.6 ລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້

2.6.1 ລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້ ແລະ ຄວາມໝາຍທີສອງ

ໂດຍໃນຫຼັກການແລ້ວ, ສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນ, ຫຼືເປັນແບບທຳມະດາ, ທົ່ວໄປ ຫຼື ທີ່ໃຊ້ອະທິບາຍກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້, ຄວນຖືກປະຕິເສດໃນການຈົດທະບຽນ. ສັນຍາລັກເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້, ເພາະວ່າຄູ່ແຂ່ງທຸກຄົນຕ້ອງສາມາດນຳໃຊ້ໄດ້ຢ່າງອິສະລະໃນລະຫว่างການຄ້າ. ບໍ່ສາມາດອ້າງສິດ, ຈັດສັນຫຼືຄວບຄຸມໂດຍຜູ້ຂາຍລາຍໃດໜຶ່ງໄດ້ໂດຍສະເພາະ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເຫດຜົນຂອງການປະຕິເສດກໍ່ສາມາດຖືກເບິ່ງຂ້າມໄດ້ ໃນແງ່ຂອງສັນຍາລັກບາງຢ່າງ ຖ້າສາມາດ *ພິສູດໄດ້ວ່າເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວມີລັກສະນະສະເພາະ* ຈາກການນຳໄປໃຊ້ໃນຕະຫລາດແລະ ໄດ້ເຮັດໜ້າທີ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຢ່າງມີປະສິດຕິພາບເມື່ອນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການນັ້ນໆ.[103]

ກໍລະນີພິເສດນີ້ແມ່ນຂໍ້ຍົກເວັ້ນຂອງກົດລະບຽບຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໂດດເດັ່ນ, ທີ່ມີລັກສະນະທົ່ວໄປແລະໃຫ້ການອະທິບາຍນັ້ນ ບໍ່ສາມາດຍອມຮັບໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍໄດ້ ກໍ່ເພາະວ່າມັນບໍ່ໄດ້ເຮັດໜ້າທີ່ເປັນເຄື່ອງໝາຍຂອງແຫຼ່ງກຳເນີດທາງການຄ້າ. ຖ້າຫຼັກຖານໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນ

[103] ຍົກຕົວอย่าง, ສັນຍາວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາທີ່ຕິດພັນກັບການຄ້າ, ມາດຕາ 15.1, ໄດ້ກ່າວວ່າ
"ໃນກໍລະນີທີ່ສັນຍາລັກບໍ່ສາມາດແຍກແຍะผะลิดตะพันหรือการบริการที่กว้างขวาง, สะมาชิกอาดจะสามาดลิงทะบຽนได้ ຂึ้นยู่กับถอามโดดเด่นที่ได้มาจากการนำใช้." [ເນັ້ນໜັກ]

ວ່າ, ເຖິງແມ່ນວ່າໃນເບື້ອງຕົ້ນຈະບໍ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນຂອງມັນຕາມ

ທຳມະຊາດ - ເຄື່ອງໝາຍນີ້ໄດ້ຖືກຮັບການຍອມຮັບວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກແລະໄດ້ເຮັດໜ້າທີ່ທາງການຄ້າໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບໃນການລະບຸແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າ ໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງ ທີ່ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ອາດຈະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ [104]

ລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້ອາດມີລັກສະນະ ເປັນກໍລະນີຂອງ "*ຄວາມໝາຍທີສອງ*" ທີ່ໄດ້ມາໂດຍສັນຍາລັກທີ່ກ່າວໄວ້. ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ - ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງ - ຄວາມໝາຍຕົ້ນຕໍທົ່ວໄປຂອງເຄື່ອງໝາຍ ໄດ້ຖືກປ່ຽນແທນດ້ວຍຄວາມໝາຍໃຫມ່ ແບບ "ທີສອງ" ຂອງເຄື່ອງໝາຍເພື່ອບົ່ງບອກເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າໃນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ. ຄວາມໝາຍທີສອງນີ້ຊ່ວຍໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຖືກໃຊ້ວຽກໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ໃນຖານະເປັນເຄື່ອງໝາຍໃນຕະຫລາດ.

ສັນຍາລັກໃດຫນຶ່ງອາດຈະໄດ້ຮັບລັກສະນະສະເພາະ ອັນເປັນຜົນມາຈາກການໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະນັ້ນໆ, ສິ່ງນີ້ອາດຈະໄດ້ຮັບການສະ ໜັບສະໜູນ ຈາກກົດຈະກຳການໂຄສະນາແລະຄວາມຮັບຮູ້ທີ່ສອດຄ່ອງກັນໂດຍເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ແນໃສ່ການສຶກສາໃຫ້ຄວາມຮູ້ໃຫ້ແກ່ໃຫ້ປະຊາຊົນແລະຜູ້ບໍລິໂພກເພື່ອໃຫ້ຮູ້ວ່າເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວແມ່ນຍີ່ຫໍ້ທີ່ສະແດງເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງ.

ກໍ່ເຊັ່ນດຽວກັນກັບສັນຍາລັກອື່ນໆ, ລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມານັ້ນຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການປະເມີນໂດຍຄຳນຶງເຖິງຄວາມໝາຍ ຂອງສັນຍາລັກໃນພາສາທີ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ສິ່ງນີ້ອາດຈະແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມແຕ່ລະປະເທດ ເຊິ່ງຂຶ້ນກັບພາກສ່ວນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລະປະເພດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນີ້.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ, ເຄື່ອງໝາຍຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ຢ່າງເປັນປົກກະຕິໃນສີສີ້ມກາຍເປັນສິ່ງທີ່ມີ

[104] ເບິ່ງ ຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(1) ເງື່ອນໄຂ; ຄູ່ມື ເຄເຮັຊທີເອັມຫນ້າ 29; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 10(2ບີ)(ບີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ.13(ບີ)(ໄອ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.2, ລະບຽບການ, ອາຣ. 102, ວັກ 2; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(2), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 6 'ຫຼັກຖານຂອງຄຸນລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມາຈາກການນຳໃຊ້'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7 ວັກ 3, ແລະແຈ້ງການຂອງກະຊວງການຄ້າ ວັນທີ 11 ຕຸລາ 2012, ມາດຕາ 2; ແລະ ຫນັງສືວຽນ ວີເອັນ 01/2007 ເອັສ. 39.5. ແລະ ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 14

ລັກສະນະສະເພາະສຳລັບຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການຂອງບໍລິສັດ Migros ທີ່ປະຕິບັດງານຢູ່ປະເທດສະວິດເຊີແລນແລະປະເທດໃກ້ຄຽງ:

[ຮູບຈາກ: http://www.migros.ch/fr/medias/logos.html?currentPage=2]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ເຄື່ອງໝາຍຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນໄດ້ຖືກອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດມາເລເຊຍ, ໂດຍໃຫ້ຫຼັກຖານວ່າເຄື່ອງໝາຍມີຄວາມໂດດເດັ່ນ (ຄວາມໝາຍທີສອງ) ຈາກການນຳໃຊ້:

Secret Recipe
Fine Quality Cakes

ໃຊ້ສຳລັບເຄັກແລະເຂົ້າຈີ່
ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 97009666
[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການໄດ້ມາເຊິ່ງລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້ນັ້ນ ຈະບໍ່ນຳໄປໃຊ້ກັບສັນຍາລັກທີ່ສາມາດໃຊ້ວຽກໄດ້ຫຼືຖືກກຳນົດໂດຍຜົນກະທົບທາງເຕັກນິກຫຼືຂໍ້ໄດ້ປຽບ. ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວຈະຕ້ອງເປັນອິດສະຫລະຈາກການຈັດສັນຈາກຜູ້ຂາຍລາຍບຸກຄົນໃດໆ, ສິດທິພິເສດຂອງອຸປະກອນທີ່ໃຫ້ຜົນກະທົບໃນການນຳໃຊ້ຕາມໜ້າທີ່ຫຼືຂໍ້ໄດ້ປຽບດ້ານເຕັກນິກນັ້ນກໍ່ສາມາດຮັບໄດ້ຜ່ານສິດທິບັດການປະດິດສ້າງເທົ່ານັ້ນ. (ອາດຈະເປັນ ອະນຸສິດທິບັດ ຫຼື ສິດທິບັດ ສຳລັບ ນະວັດຕະກຳ ຖ້າຫາກມີ) (ເບິ່ງຂໍ້ 2.1.5.2 ຂ້າງເທິງ).

2.6.2 ການພິສູດລັກສະນະສະເພາະທີ່ເກີດຈາກການນຳໃຊ້

ຜູ້ຮ້ອງຂໍອາດສາມາດຮຽກຮອງອ້າງເອົາລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມາເພື່ອເອົາຊະນະການຄັດຄ້ານຂອງຜູ້ກວດສອບໃນເຫດຜົນທີ່ວ່າ ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວບໍ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນ, ມີລັກສະນະທົ່ວໄປ ຫຼື ສາມາດໃຊ້ພັນລະນາອະທິບາຍໄດ້.

ຜູ້ສະໝັກອາດຈະຕ້ອງແບກຫາບພາລະສຳລັບເລື່ອງຂອງຫຼັກຖານ ແຕ່ນັກກວດສອບ ສາມາດເສີມຫຼັກຖານ ທີ່ຜູ້ສະໝັກໄດ້ຍື່ນສິ່ງມາໃຫ້, ພ້ອມກັບຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ໄດ້ມາຈາກ ແຫຼ່ງອື່ນໆ.

ລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມານັ້ນ ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິສູດໃນວັນທີ່ຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນ ເຄື່ອງ ໝາຍ. ຫຼັກຖານຕ້ອງສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ, ໃນວັນທີ່ຍື່ນຄຳຮ້ອງ, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວແມ່ນມີ ລັກສະນະໂດດເດັ່ນໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການ ນັ້ນໆ. ວັນທີທີ່ຖືກ ຕັດອອກນີ້ ແມ່ນຜົນຂອງຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ວັນທີຍື່ນຄຳຮ້ອງ ຈະເປັນຕົວກຳນົດບູລິມະສິດໃນກໍລະນີ ທີ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງກັບສິດກ່ອນຫນ້ານີ້ ຫຼື ການຖືກແຊກແຊງ.

ເຊັ່ນດຽວກັນກັບລັກສະນະສະເພາະທີ່ມີຢູ່ຕາມທຳມະຊາດ, ລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມານັ້ນ ຕ້ອງໄດ້ຮັບການປະເມີນໃນແງ່ຂອງການ ຮັບຮູ້ຕົວຈິງ ຫຼື ການສັນນິຖານຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງໂດຍສະເລ່ຍ. ສິ່ງນີ້ແມ່ນໝາຍເຖິງພາກສ່ວນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີການລະບຸເຖິງສິນຄ້າຫຼື ການບໍລິການທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍ ເຊິ່ງລວມທັງລູກຄ້າທີ່ມີສັກກະຍາພາບໃນການຊື້ໃນປະເທດທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງ.

ເພື່ອໃຫ້ປະສົບຜົນສຳເລັດໂດຍການອ້າງອີງກ່າວເຖິງລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມານັ້ນ, ນັກ ກວດສອບຈະຕ້ອງຊັ່ງຊາວ່າ ຂໍ້ມູນຫຼັກຖານທີ່ຜູ້ຮ້ອງຂໍໄດ້ສະເໜີມານັ້ນ “ຊ່ວຍໃຫ້ສຳນັກງານເຫັນ ວ່າຢ່າງໜ້ອຍ*ສາທາລະນະຊົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງສ່ວນຫຼວງຫຼາຍ*ສາມາດລະບຸແຫຼ່ງທີ່ມາສະເພາະໃດໜຶ່ງ ຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການ ຈາກເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ”.[105] ຜູ້ບໍລິໂພກສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດຈະຕ້ອງໄດ້ເຫັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ກໍ່ແມ່ນເພື່ອທຳການກຳນົດຜະລິດຕະ ພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງກິດຈະການສະເພາະໃດໜຶ່ງ. ມັນຕ້ອງໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຍ້ອນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍໃນຕະຫຼາດຂອງປະເທດນັ້ນ, ມັນເຮັດໃຫ້ສາທາລະນະຊົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ມີສ່ວນພົວພັນກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ.

ນິຍາມຕາມກົດໝາຍຂອງຫຼັກຖານທັງໝົດ ຄວນໄດ້ຮັບການຍອມຮັບໃນຖານະເປັນຕົວຊີ້ ບອກວ່າເຄື່ອງໝາຍ ດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ ກໍ່ມີສ່ວນ ພົວພັນຢ່າງມີປະສິດທິພາບກັບແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າສະເພາະໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ໂດຍ ປົກກະຕິແລ້ວ ປະເພດຂອງຫຼັກຖານສຳລັບຈຸດປະສົງນີ້ສາມາດປະກອບໄປດ້ວຍ: [106]

[105] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 14. ຂໍ້ 7.

[106] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 14. ຂໍ້ 8

- ຕົວເລກການຫມຸນວຽນ ແລະ ການຈຳໜ່າຍຜະລິດຕະພັນທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍພາຍໃນປະເທດ;
- ຕົວເລກການລົງທຶນໃນການໂຄສະນາເຄື່ອງໝາຍໃນປະເທດ;

- ການສຳຫຼວດຜູ້ບໍລິໂພກແລະຕະຫຼາດກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍ.
- ບົດລາຍງານຈາກສະມາຄົມທຸລະກິດແລະອົງການຜູ້ບໍລິໂພກກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ;
- ບົດລາຍງານກ່ຽວກັບປະເພດ, ຂອບເຂດ ແລະພື້ນທີ່ດຳເນີນການຂອງການໂຄສະນາສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ.
- ເອກະສານທີ່ອະທິບາຍເຖິງການໂຄສະນາແລະການເຜີຍແຜ່ໃນສື່ຕ່າງໆທີ່ອ້າງອີງເຖິງເຄື່ອງໝາຍ.
- ແຄັດຕາລັອກສິນຄ້າ, ລາຍການລາຄາແລະໃບແຈ້ງລາຄາທີ່ອ້າງອີງເຖິງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍ;
- ບົດລາຍງານການບໍລິຫານຄຸ້ມຄອງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍ.

ຫຼັກຖານຄວນລວມມີຕົວຢ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ໄດ້ແທ້ທາງການຄ້າພາຍໃນປະເທດທີ່ຕິດພັນກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ. ຫຼັກຖານຂອງການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຮ່ວມກັບເຄື່ອງໝາຍ ອື່ນໆນັ້ນຈະເປັນທີ່ຍອມຮັບໄດ້ ຖ້າເຫັນໄດ້ຈະແຈ້ງວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ສະແດງເຖິງການກຳນົດແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າແລະເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຈະຂໍຈົດທະບຽນ. ມັນຄວນສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ມີການໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ຫຼື ຖືກນຳໃຊ້ແຕ່ຖືກແຊກແຊງ ເພື່ອໃຫ້ອະທິບາຍ ແລະ ແກ້ໄຂການນຳໃຊ້. ການນຳໃຊ້ບາງຄັ້ງຄາວ ຈະບໍ່ເຮັດໃຫ້ສັນຍາລັກມີລັກສະນະສະເພາະ ຫຼື ໄດ້ຮັບຄວາມໝາຍທີສອງ.

ນັກກວດສອບຕ້ອງປະເມີນຫຼັກຖານທັງໝົດໂດຍລວມ ເພາະວ່າມັນບໍ່ໜ້າຈະເປັນໄປໄດ້ທີ່ຫຼັກຖານອັນດຽວຈະສາມາດພິສູດໃຫ້ເຫັນເຖິງລັກສະນະສະເພາະຫຼືຄວາມໝາຍທີສອງຂອງມັນໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ນັກກວດສອບສາມາດໃຫ້ການຄາດຄະເນຫຼັກຖານທີ່ມີຢູ່ ເພື່ອມາສະຫລຸບວ່າ ປະຊາຊົນສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງຮ່ວມຍອມຮັບເອົາເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ.

3. ສັນຍາລັກຫຼອກລວງ

3.1 ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປກ່ຽວກັບສັນຍາລັກຫຼອກລວງ

ສັນຍາລັກທີ່ຫຼອກລວງຫຼືທີ່ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດໃນເມື່ອນຳໄປໃຊ້ກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງນັ້ນ ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການ[107]

ສັນຍາລັກໃດໜຶ່ງຈະຖືວ່າເປັນສັນຍາລັກທີ່ຫລອກລວງໃຫ້ເຂົ້າໃຂຜິດນັ້ນແມ່ນເມື່ອມັນໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນທາງການຄ້າສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ເປັນສັນຍາລັກທີ່ໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຫຼືຜິດພາດກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການດັ່ງກ່າວ. ລັກ ສະນະຫຼອກລວງຫຼືທີ່ຄູນລັກສະນະທີ່ພາໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດຂອງສັນຍາລັກນັ້ນຕ້ອງມີຄວາມຊັດເຈນ ແລະກົງໄປກົງມາ ຖ້າເຄື່ອງໝາຍນັ້ນໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ໃນເລື່ອງນີ້, ຂໍ້ມູນທີ່ຫຼອກລວງຫຼືທີ່ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດທີ່ໄດ້ຖືກນຳໄປສະເໜີ ໂດຍສັນຍາລັກນັ້ນ ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງ ມັນສາມາດອ້າງອີງ ລັກສະນະ, ຫົວຂໍ້, ຄຸນນະພາບ, ທີ່ມາທາງ ແຫຼ່ງກຳເນີດທາງພູມສາດ, ປະລິມານ, ຂະໜາດ, ຈຸດປະສົງຂອງການນຳໃຊ້, ຄຸນຄ່າຫຼືລັກສະນະອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ.

ສັນຍາລັກທີ່ເປັນພຽງແຕ່ການກະຕຸ້ນຫຼືເວົ້າເຖິງລັກສະນະທີ່ເປັນໄປໄດ້ຫຼືການຄາດເດົາຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ບໍ່ຄວນຈະເປັນການກໍ່ໃຫ້ເກີດການຄັດຄ້ານຕໍ່ການຫຼອກລວງ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກທີ່ມີຄຳວ່າ "DELICATE" ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນການຫລອກລວງ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນອາຫານທີ່ບໍ່ມີໄຂມັນຫຼືບໍ່ມີຄລໍເຣັສເຕີໂຣນ, ເພາະມັນມີຂໍ້ໂຕ້ຖຽງວ່າ ອາຫານປະເພດນີ້ບໍ່ສາມາດຖືວ່າເປັນອາຫານທີ່ໃຫ້ "ສຸຂະພາບດີ" ຫຼື “ອາຫານທີ່ແຊບ”. ເຄື່ອງໝາຍ“ DELICATE” ສາມາດຖືວ່າເປັນສັນຍາລັກທີ່ມີລັກສະນະຈິນຕະນາການຫຼືພຽງແຕ່ເປັນສັນຍາລັກຂອງການອ້າງອີງເຖິງດ້ານອື່ນໆຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ໄດ້ລະບຸນັ້ນ.

ການຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນຄວນໄດ້ຮັບການຕັດສິນໃຈບໍ່ພຽງແຕ່ເມື່ອສັນຍາລັກນັ້ນເຮັດ

---

[107] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(3)(ບີ); ເຄເຣັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 4(ຊີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ์ທີ. 20. ຊີ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 23.3 ແລະ 4; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ, ເອັສ.14(1)(ເອ) ແລະ ທີເອັມອາຣ์, ອາຣ์. 13A(ຊີ) ແລະ (ດີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 13.ອີ); ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂດ້ດ, ເອັສ. 123.1(ຈີ), ລະບຽບການ, ອາຣ์. 102.ຈີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(4)(ບີ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 12 “ເຄື່ອງໝາຍລວງ”; ທີເຣັຊ ທີເອັມ10 ເອັສ. 8(9); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 73.5. ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 8.

ໄດ້ໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຖືກຫຼອກລວງຫຼືເຂົ້າໃຈຜິດເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ກໍ່ຍັງລວມໄປເຖິງ ເມື່ອພົບວ່າມັນມີ *ຄວາມສ່ຽງ*ທີ່ສົມເຫດສົມຜົນຕາມສົມຄວນ ຫຼື ມີຄວາມ*ເປັນໄປໄດ້ທີ່*ຜູ້ບໍລິໂພກຈະຖືກຫລອກລວງຫຼືເຂົ້າໃຈຜິດ ຖ້າຫາກໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໃນການຄ້າ.

ເມື່ອເວລາໃຫ້ການປະເມີນຄວາມຫຼອກລວງຂອງສັນຍາລັກນັ້ນ, ນັກກວດສອບຄວນປະຕິບັດຕາມຂໍ້*ສົມມຸດຕິຖານ*ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

a) ເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍຈະບໍ່ໄປຫຼອກລວງຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍເຈດຕະນາໃນເມື່ອໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຂອງລາວ. ແຕ່ຖ້າສາມາດໃຊ້ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວໃນລັກສະນະທີ່ບໍ່ມີການຫຼອກລວງຜູ້ບໍລິໂພກ, ກໍ່ຄວນສັນນິຖານໄວ້ກ່ອນວ່າຈະນຳໄປໃຊ້ໃນລັກສະນະນັ້ນ.

b) ຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍສະເລ່ຍແມ່ນມີຄວາມເອົາໃຈໃສ່ແລະຮອບຄອບຕາມສົມຄວນ ແລະບໍ່ຕ້ອງມີຄວາມຮັບຜິດຊອບຕໍ່ການຫລອກລວງຢ່າງງ່າຍດາຍ. ສັນຍາລັກຄວນໄດ້ຖືກຄັດຄ້ານດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ຂອງການຫຼອກລວງໃນເມື່ອ ມັນເຫັນໄດ້ຈະແຈ້ງວ່າ ມັນມີຄວາມຂັດແຍ່ງກັບລັກສະນະຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້, ແລະສິ່ງນີ້ຈະທຳລາຍ*ຄວາມຄາດຫວັງທີ່ສົມເຫດສົມຜົນ ແລະ ຖືກຕ້ອງຈາກ*ຜູ້ບໍລິໂພກຕາມກົດໝາຍເບື້ອງຕົ້ນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ໃນການເຊື່ອມຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ແລະກໍ່ຄຳນຶງເຖິງການປະຕິບັດໃນການຕະຫລາດຕາມປົກກະຕິ ແລະ ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກພາຍໃນຕະຫຼາດນັ້ນ.[108]

ໃນການນຳໃຊ້ຂໍ້ *ສົມມຸດຕິຖານອັນທຳອິດ* ພາຍໃຕ້ຂໍ້ (a) ຂ້າງເທິງນັ້ນ, ບໍ່ຄວນໃຫ້ ມີການຄັດຄ້ານເກີດຂຶ້ນ ຖ້າຫາກຂໍ້ກຳນົດຂອງສິນຄ້າ ຫຼືການບໍລິການມີຄວາມກວ້າງພໍທີ່ຈະອະນຸຍາດໃຫ້ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ສັນຍາລັກຈະບໍ່ຫຼອກລວງ ຫຼື ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າຫາກບັນຊີລາຍຊື່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການນັ້ນ ໄດ້ຖືກຈຳກັດໄວ້ສະເພາະຈຳນວນຫນ້ອຍໆ ແລະສັນຍາລັກ ນັ້ນອາດຈະຖືວ່າ ເປັນການຫຼອກລວງ ຫຼື ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດ ກ່ຽວກັບສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ ທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ <u>ທັງໝົດ</u> ກໍ່ຈະຕ້ອງມີການຄັດຄ້ານເກີດຂຶ້ນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄຳວ່າ“ GOLD” ສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້ ສຳລັບ “*ໂມງແລະເຄື່ອງມືຈັບເວລາ*” ໄດ້ເນື່ອງຈາກຜະລິດຕະພັນພວກນີ້ ອາດຈະເຮັດມາຈາກຄຳກໍ່ເປັນໄດ້[109]. ເຖິງ

[108] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງຕົວຢ່າງໃນ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 8, ຂໍ້ 1.

[109] ການຈົດທະບຽນດັ່ງກ່າວຈະບໍ່ກີດຂວາງ ບໍ່ໃຫ້ບຸກຄົນທີສາມ ທີ່ຈະໄປໃຊ້ຄຳວ່າ "ຄຳ" ໄດ້ຢ່າງສະບາຍ ໃນຄວາມໝາຍທົ່ວໄປທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງພວກເຂົາ.

ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ກໍ່ບໍ່ຄວນຍອມຮັບເຄື່ອງໝາຍແບບດຽວກັນນີ້ ສຳລັບຄຸນລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ມີລັກສະນະເປັນພວກ "*ເຄື່ອງປະດັບທີ່ສວຍງາມແລະບໍ່ມີຄ່າ*", ກໍ່ເນື່ອງຈາກຄວາມໝາຍຂອງຄຳວ່າ 'ຄຳ' ໃນສັນຍາລັກນີ້ ກົງກັນຂ້າມກັບລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນພຽງຢ່າງດຽວ ທີ່ເຄື່ອງໝາຍຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ກັບມັນ.

ໃນລັກສະນະທຳນອງດຽວກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ວ່າ "The Coffee Bean & Tea Leaf" ນັ້ນ, ກໍ່ອາດຈະໄດ້ຖືກໃຫ້ນຳເອົາໄປຈົດທະບຽນໄດ້, ເພື່ອທີ່ຈະນຳເອົາໄປໃຊ້ ໃນການເຊື່ອມການພົວພັນກັບຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການ ທີ່ແຕກຕ່າງຈາກຜະລິດຕະພັນ ທີ່ເປັນກາເຟ ຫຼື ຊາ ຍົກຕົວຢ່າງ ເຊັ່ນວ່າ *ນ້ຳໝາກໄມ້ສົດ.* ການທີ່ໄດ້ນຳໄປໃຊ້ ໃນທຳນອງແບບນີ້ ກໍ່ຈະບໍ່ຖືວ່າອັນນີ້ ມັນເປັນການຫຼອກລວງ ໃຫ້ກັບບັນດາ ສາທາລະນະຊົນຜູ້ຄົນ ຫຼື ພາກສ່ວນທີ່ມີຄວາມສຳພັນຫຼືສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ. [110]

ຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງນ້ຳໝາກໄມ້ສົດກັບເມັດກາເຟ ຫຼືໃບຊາແມ່ນມີລັກສະນະທີ່ຈິນຕະນາ ການຂຶ້ນມາ, ສະນັ້ນມັນຈຶ່ງບໍ່ສາມາດຫຼອກລວງຜູ້ບໍລິໂພກກ່ຽວກັບລັກສະນະ ຫຼືສ່ວນປະກອບຂອງນ້ຳໝາກໄມ້ໄດ້.

ໃນການນຳໃຊ້ *ຂໍ້ສົມມຸດທິຖານທີ່ສອງ* ພາຍໃຕ້ຂໍ້ (b) ທີ່ຢູ່ຂ້າງເທິງນັ້ນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄຳສັບກ່ຽວກັບສິນຄ້າບໍ່ຄວນຖືກປະຕິເສດໃນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວແລະຈະບໍ່ໃຫ້ຄວາມຄາດຫວັງຫຍັງກັບສິນຄ້າ, ເພາະວ່າຄຳສັບດັ່ງກ່າວນັ້ນ ມັນບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າໃນເຊິງແນວຄິດ. ໃນກໍລະນີທີ່ຂໍ້ກຳນົດໃນຄຳຮ້ອງມີສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງກັນ, ນັກກວດສອບຄວນໂຕ້ຖຽງສະເພາະແຕ່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງ ທີ່ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະເປັນການຫຼອກລວງຫຼືເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດຢ່າງຈະແຈ້ງ ສ່ວນທີ່ເຫຼືອຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການແມ່ນສາມາດຮັກສາໄວ້ໄດ້ແລະເຄື່ອງໝາຍນັ້ນກໍ່ສາມາດໃຫ້ຈົດທະບຽນໄດ້ດ້ວຍເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດຕ່າງໆ ທີ່ໄດ້ຮັບການປັບປຸງເພີ່ມເຕີມ.

ຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍ "BLUE MOUNTAIN BEER" ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນຜະລິດຕະພັນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ເບຍແລະເຄື່ອງດື່ມປະເພດຕ່າງໆທີ່ມີເບຍປະສົມ;
ສານທົດແທນເບຍ;

---

[110] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນໂດເນເຊຍ.

ນ້ຳດື່ມແຮ່ທາດ,
ເຄື່ອງດື່ມທີ່ບໍ່ມີເຫຼົ້າປະເພດອື່ນໆ,

ເຄື່ອງດື່ມທີ່ມີສ່ວນປະສົມຂອງນ້ຳຫມາກໄມ້ແລະນ້ຳຫມາກໄມ້ສົດ;
ນ້ຳຫວານໄຊຣັບປ໌ແລະການກະກຽມເຄື່ອງດື່ມ;

ເຄື່ອງໝາຍນີ້ອາດຖືວ່າມີລັກສະນະທີ່**ຫລອກລວງຫຼືເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດ**ໃນສ່ວນທີ່ບອກວ່າ "*ສານທົດແທນເບຍ*" ໃນລະດັບຄວາມຄາດຫວັງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຂອງທີ່ເບິ່ງວ່າ "ສານທົດແທນເບຍ, ໃຫ້ຄວາມໝາຍໄປເປັນຄຳວ່າ "ເບຍ" ແຕ່ບໍ່ແມ່ນຜະລິດຕະພັນທີ່ຄ້າຍຄືເບຍ ແລະ ບໍ່ແມ່ນເບຍ.

ນອກຈາກນີ້ ມັນອາດຈະຍັງມີການຄັດຄ້ານໃນແງ່ຂອງ 'ເບຍ' ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍ 'BLUE MOUNTAIN BEER' ທີ່ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ກັບເບຍໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລະເມື່ອພິຈາລະນາເຖິງຄວາມຮັບຮູ້ແລະນິໄສໃຈຄໍຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເບຍໂດຍສະເລ່ຍແລະລັກສະນະຂອງສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນແລ້ວ ມັນຈະຖືກນຳສະເໜີ ຫຼື ນຳສະເໜີໃນຮ້ານໂດຍທີ່ມັກຈະເຮັດໃຫ້ການຕັດສິນໃຈຊື້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເຫຼົ່ານັ້ນຜິດພາດ (ເຊັ່ນການຊື້ເຄື່ອງດື່ມປະເພດຕ່າງໆທີ່ມີເບຍປະສົມ ເຊິ່ງໄປເຂົ້າໃຈຜິດພາດວ່າມັນເບຍແທ້ໆ).

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ເຄື່ອງໝາຍ "ABC Banana Chips" ແມ່ນເປັນທີ່ຍອມຮັບໂດຍທົ່ວໄປສຳລັບການຈົດທະບຽນໃນສ່ວນທີ່ເປັນ "*ຫມາກໄມ້ແຜ່ນ*", ແຕ່ແນວໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າຫາກລາຍການສິນຄ້າໃດໜຶ່ງມີ "*ໝາກມ່ວງແຜ່ນ*" ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ກໍ່ຄວນມີການ ຄັດຄ້ານການຫລອກລວງທີ່ກ່ຽວກັບສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນ[111].

3.2 ສັນຍາລັກຫລອກລວງທາງພູມສາດ

ສັນຍາລັກທີ່ມີສ່ວນປະກອບທີ່ເປັນຄຳສັບທາງພູມສາດ ຫຼື ມີຄວາມໝາຍທາງພູມສາດນັ້ນຄວນຖືກປະຕິເສດໄດ້ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອວ່າ ອົງປະກອບດັ່ງກ່າວມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຈະເຂົ້າໃຈຜິດກ່ຽວກັບຄວາມເປັນມາທາງພູມສາດທີ່ແທ້ຈິງ ຫຼື ແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການນັ້ນໆ[112]

ແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດ "ຕົວຈິງ" ຂອງສິນຄ້າ ອາດຈະໄດ້ຮັບຈາກການອ້າງອີງທີ່ຈະແຈ້ງໃນ

[111] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍສິງກະ�โป.

[112] ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 8, ຂໍ້ 2

ລາຍການສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ຜູ້ຮ້ອງຂໍໄດ້ຍື່ນຄຳຮ້ອງມາ, ຫຼື ອາດຈະຂຶ້ນກັບຄວາມຮູ້ທົ່ວໄປ ແລະຄວາມຮັບຮູ້ທີ່ສົມເຫດສົມຜົນຂອງພາກສ່ວນ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກທີ່ມີຄຳว่า 'PEPITA - CAFÉ DO BRASIL' ແມ່ນຈະຖືກ ຄັດຄ້ານໃນຂອບເຂດທີ່ວ່າຄຳສັບເຫຼົ່ານັ້ນເຂົ້າໃຈໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍສະເລ່ຍແລ້ວ ມັນໝາຍເຖິງ "ກາເຟຈາກປະເທດບຣາຊິນ" ແລະເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ໄດ້ຖືກຍື່ນ ສຳລັບນຳໄປໃຊ້ກັບກາເຟທີ່ບໍ່ມີຕົ້ນ ກຳເນີດໃນປະເທດບຣາຊິນ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ຖ້າຫາກວ່າຂໍ້ກຳນົດຂອງສິນຄ້າສຳລັບເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ກ່າວ ມານັ້ນແມ່ນກາເຟທີ່ມີຕົ້ນກຳເນີດມາຈາກບ່ອນອື່ນທີ່ຕ່າງຈາກປະເທດບຣາຊິນ, ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ , "*ກາເຟທີ່ໄດ້ຜະລິດຈາກເມັດກາເຟໃນທະວີບອາຟຣິກາ*". ກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າການກຳນົດລັກສະນະ ສະເພາະຂອງສິນຄ້າໝາຍເຖິງ "*ກາເຟແລະຜະລິດຕະພັນກາເຟ*", ເຄື່ອງໝາຍກໍ່ຈະບໍ່ສົ່ງຂໍ້ຄວາມທີ່ ຫຼອກລວງຫຼືທີ່ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດ. ໃນກໍລະນີນີ້, ນັກກວດສອບຄວນສັນນິຖານວ່າ ທີ່ຈິງແລ້ວ ເຄື່ອງໝາຍຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ເຂົ້າໃນກາເຟແລະຜະລິດຕະພັນກາເຟທີ່ມີຕົ້ນກຳເນີດມາຈາກ ປະເທດບຣາຊິນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໃນບາງກໍລະນີ, ນັກກວດສອບໄດ້ພົບວ່າ ສຳລັບຜູ້ຄົນໃນປະເທດທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງ, ການອ້າງອີງພູມສາດທີ່ມີຢູ່ໃນສັນຍາລັກນັ້ນ ແມ່ນມີຄວາມຫນັກແຫນ້ນພໍທີ່ຈະຖ່າຍ ທອດຄວາມຮັບຮູ້ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງກ່ຽວກັບແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງສິນຄ້າ, ນັກກວດສອບອາດຈະ ຄັດຄ້ານ ຫຼື ສະເໜີໃຫ້ຜູ້ຮ້ອງຂໍ ຍື່ນເອກະສານຢັ້ງຢືນຄັດຕິດມາພ້ອມຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນ. ຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ, ນັກກວດສອບອາດຈະລະບຸວ່າການໃຫ້ຂໍ້ກຳນົດຂອງຜະລິດຕະພັນລະບຸຢ່າງຈະແຈ້ງວ່າ "ກາເຟ ແລະຜະລິດຕະພັນກາເຟ" ແມ່ນມາຈາກປະເທດບຣາຊິນ.

ຖ້າຫາກຫລັງຈາກການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍ ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນການຄ້າໃນຮູບແບບທີ່ ຫຼອກລວງຫຼືເຮັດໃຫ້ຜູ້ຊົມໃຊ້ເຂົ້າໃຈຜິດ, ການກະທຳອື່ນໆພາຍໃຕ້ກົດໝາຍທີ່ມີຜົນບັງຄັບໃຊ້, ລວມເຖິງທັງການຍົກເລີກການຈົດທະບຽນຫຼືການຫ້າມນຳໃຊ້ເຄື່ອງ ໝາຍດັ່ງກ່າວ.

ກໍລະນີຂອງການຫຼອກລວງຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້, ຍົກຕົວຢ່າງ, ຖ້າຫາກການຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດ ທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ" KALINGA GOLD" ໄດ້ຖືກຍື່ນສຳລັບ*ຜະລິດຕະພັນກາເຟ*ທີ່ຜະລິດດ້ວຍ ກາເຟທີ່ບໍ່ໄດ້ມີຕົ້ນກຳເນີດມາຈາກເຂດຜະລິດກາເຟແບບອິນຊີທີ່ເມືອງ ກາລິງກາ, ທາງພາກເໜືອ ຂອງປະເທດຟິລິບປິນ.[113] ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະເປັນການຫຼອກລວງຢ່າງຫຼີກລ້ຽງບໍ່ໄດ້ ຖ້າຖືກ ນຳໄປໃຊ້ສຳລັບສິນຄ້າທີ່ບໍ່ກົງກັບສິນຄ້າທີ່ຜູ້ຄົນທົ່ວໄປທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດຟິລິບປິນ ຄາດວ່າຈະ ເປັນເລື່ອງປົກກະຕິ ໃນການນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນກາເຟທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ.

[113] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນ, ເຄື່ອງໝາຍ “SWISSTIME” ຄວນຖືວ່າເປັນການຫລອກລວງ ຖ້າຫາກນຳໄປໃຊ້ກັບໂມງ ຫຼື *ໂມງ*ທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບປະເທດສະວິດ[114], ຜູ້ຄົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າແບບນີ້ຈະຄິດວ່າອີງປະກອບທາງພູມສາດທີ່ເປັນຄຳວ່າ “ປະເທດສະວິດ” ທີ່ສະແດງເຖິງການພົວພັນທີ່ແທ້ຈິງກັບປະເທດນັ້ນ ແລະຈະຖືກຫລອກລວງຖ້າບໍ່ມີການເຊື່ອມຕໍ່ດັ່ງກ່າວ.

ສັນຍາລັກທີ່ເປັນພຽງ ***ການກະຕຸ້ນເພື່ອເຕືອນ*** ຫຼື ***ກ່າວເຖິງ****ແຫຼ່ງ*ທີ່ມາທາງພູມສາດທີ່ເປັນໄປໄດ້ຫຼືການຄາດເດົາຂອງສິນຄ້າ ບໍ່ຄວນເຮັດໃຫ້ເກີດການຄັດຄ້ານຕໍ່ການຫຼອກລວງ ຍົກຕົວຢ່າງ *ເຄື່ອງໝາຍສຳລັບໃສ່ເຄື່ອງນຸ່ງ*ຖືຫຼືອາຫານ*ພິເສດທີ່ມີຊື່ຕ່າງປະເທດ* ເຊັ່ນ 'TOSHIRO', 'ANNUNZIATA' ຫຼື 'BORIS - ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນການຫຼອກລວງຫຼືເຂົ້າໃຈຜິດ ພຽງແຕ່ຍ້ອນວ່າຊື່ເຫຼົ່ານັ້ນອາດຈະເຮັດໃຫ້ມີການເຊື່ອມຕໍ່ກັບປະເທດຕ່າງໆເຊັ່ນ, ຍີ່ປຸ່ນ, ອິຕາລີ ຫຼື ຣັດເຊຍ, ຕາມລຳດັບ.[115]

ກ່ຽວກັບສັນຍາລັກທີ່ ***ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ*** *ຫຼື* ***ແບບປະສົມ*** ທີ່ສະແດງເຖິງອະນຸສາວະລີທີ່ເປັນ, ໂຄງສ້າງ, ອາຄານຫຼືສະຖານທີ່ຕັ້ງພູມສັນຖານທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີ, ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວອາດຈະເປັນການຫຼອກລວງທັງໝົດ ຫຼືບາງສ່ວນໂດຍຂຶ້ນກັບຄວາມປະທັບໃຈແລະຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍສະເລ່ຍຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຖ້າເຄື່ອງໝາຍມີຮູບພາບທີ່ໝາຍເຖິງປະເທດໃດໜຶ່ງ, ເຂດແຄວ້ນ ຫຼື ສະຖານທີ່ໃດໜຶ່ງ ທີ່ເປັນແຫຼ່ງກຳເນີດທາງພູມສາດທີ່ສາມາດ*ເຊື່ອຖືໄດ້* ສາລັບສິນຄ້າທີ່ໄດ້ລະບຸ, ແລະ ຂໍ້ກຳນົດໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນຢ່າງຈະແจ້ງວ່າສິນຄ້າມີແຫຼ່ງທີ່ມາທີ່ແຕກຕ່າງກັນ, ເຄື່ອງໝາຍກໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນການຫຼອກລວງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ,ເຄື່ອງໝາຍຕໍ່ໄປນີ້ມີເອກະສານອ້າງອີງທີ່ຈະແจ້ງກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທາງພູມສາດກໍ່ແມ່ນເມືອງປາຣີ, ປະເທດຝຣັ່ງເສດ (ເອີຣົບ). ຖ້າຫາກການກຳນົດທີ່ສະເພາະສິນຄ້າສຳລັບເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວນັ້ນຈຳກັດເພື່ອໃຫ້ກວມເອົາພຽງແຕ່ "*ນ້ຳຫອມ, ນ້ຳມັນຫອມລະເຫີຍທີ່ແລະຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງສຳອາງທີ່ມີຕົ້ນກຳເນີດຈາກທະວີບອາຊີ*", ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວອາດຈະຖືກຄັດຄ້ານຍ້ອນການຫຼອກລວງ. ສາທາລະນະຊົນຈະຖືກຫລອກລວງເພາະວ່າມັນຈະມີຄວາມຂັດແຍ້ງກັນລະຫວ່າງຂໍ້ມູນທີ່ສື່ອອກມາໂດຍເຄື່ອງໝາຍ (ໝາຍຄວາມວ່າ ແຫ່ລງທີ່ມາຂອງສິນຄ້ານັ້ນແມ່ນເມືອງປາຣີ) ແລະສະຖານທີ່ຕົ້ນກຳເນີດຂອງສິນຄ້າ (ເຊັ່ນວ່າ ອາຊີ ທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນຄຳຮ້ອງ).

[114] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

[115] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 8, ຂໍ້ 3

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

ເຊັ່ນດຽວກັນເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ມີຕົວຊີ້ບອກທີ່ຈະແຈ້ງກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທາງພູມສາດຂອງມັນ ນັ້ນກໍ່ຄື: ກຸງໂຣມໃນປະເທດອິຕາລີ (ເອີຣົບ). ຖ້າການກຳນົດສິນຄ້າສຳລັບເຄື່ອງ ໝາຍ ດັ່ງກ່າວກວມເອົາສະເພາະແຕ່ "*ກາເຟແລະກາເຟທີ່ຜະລິດຢູ່ໃນປະເທດໂກລົມເບຍ*", ການຄັດຄ້ານຄວນຖືກຍົກຂຶ້ນມາໂດຍອົງໃສ່ພື້ນຖານທີ່ຫຼອກລວງໃນຂອບເຂດທີ່ວ່າ ປະເທດອິຕາລີນັ້ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີວ່າເປັນສະຖານທີ່ຂອງຮ້ານຂໍ້ວກາເຟແລະຜະລິດຕະພັນກາເຟ, ແລະການອ້າງອີງເຖິງກຸງໂຣມທີ່ແມ່ນຈຸດເລີ່ມຕົ້ນທີ່ແທ້ຈິງທີ່ເປັນໄປໄດ້ໃນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກກາເຟ.

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

ໃນປະເທດຫວຽດນາມ, ອຸປະກອນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ສາມາດຖືໄດ້ວ່າເປັນການຫລອກລວງທາງດ້ານພູມສາດໃນເມື່ອນຳໄປໃຊ້ກັບສິນຄ້າທີ່ບໍ່ໄດ້ມາຈາກບັນດາປະເທດທີ່ມີລາຍຊື່ຕິດຢູ່ໃນປ້າຍ:[116]

[116] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ.

ใช้สำลับอุปะกอนะขะนาดน้อย, โทละพาบ, โทละสับมิถิ - คำร้อง เลกที *4-2012-28009.*

ใบคำร้อง ເລກທີ 4-2008-20839

ในปะเทดอินโดเนเซย, สันยาลักดั่งต่ำไปนี้ได้ถืกปะติเสดสำลับการจิดทะบรูน ย้อนว่าพวกเขาได้สร้างขึ้นมาโดยการไปเอาชื่อของต่างปะเทดมาใช้ซ้ำถืนใหม่ โดยบ่ได้รับการอะนุยาดที่จำเป็น:[117]

ใช้ສຳລັບສິນຄ້າໃນຫມວດ 25 ຂອງການຈັດຫມວດສິນຄ້າແບບນິສ

ใช้ສຳລັບສິນຄ້າໃນຫມວດ 29 ຂອງການຈັດຫມວດສິນຄ້າແບບນິສ

3.3 ສັນຍາລັກທີ່ມີການອ້າງອີງທີ່ຫຼອກລວງຕໍ່ການຮັບຮອງຢ່າງເປັນທາງການ

ສັນຍາລັກຄວນຈະຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ ຖ້າຫາກມັນມີການບົ່ງຊີ້ທີ່ສະແດງອອກໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງ ຫຼື ມີຜົນສະທ້ອນຢ່າງຈະແຈ້ງ ວ່າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການນັ້ນ ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຢ່າງເປັນທາງການ ຫຼື ການຮັບຮອງຈາກອົງການຈັດຕັ້ງມະຫາຊົນ, ອົງການທີ່ເປັນທາງ

[117] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນໂດເນເຊຍ.

ການ ຫຼື ອົງການຈັດຕັ້ງນິຕິບັນຍັດ.[118]

ສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ກ່າວອ້າງອີງເຖິງສະຖາບັນທີ່ມີ **ນາມສົມມຸດ** ຂຶ້ນ ຫຼື ມີລັກສະນະຂອງການຮັບຮອງຢ່າງເປັນທາງການໂດຍການອ້າງອີງທົ່ວໄປ, ໂດຍສະຖານະພາບ ຫຼື ລັດນັ້ນ ຈະບໍ່ມີເຫດຜົນພຽງພໍທີ່ຈະຖືວ່າສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວເປັນການຫລອກລວງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກທີ່ມີຄຳວ່າ 'AUTHORITY CHECK', 'EXPORT QUALITY'[119] ຫຼື 'INTERNATIONAL STANDARD' ນັ້ນບໍ່ໄດ້ໝາຍເຖິງອົງການຫຼືສະຖາບັນໃດໜຶ່ງໂດຍສະເພາະ ແລະກໍ່ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນການຫລອກລວງ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ປ້າຍຊື່ວ່າ 'HALAL APPROVED', 'ISO CERTIFIED' ຫຼື 'BSI - CHECK' ບໍ່ຄວນໃຫ້ໄດ້ຈົດທະບຽນ ຖ້າຫາກອົງການທີ່ມີຊື່ຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານັ້ນ ຫຼື ຜູ້ທີ່ມີອຳນາດໃນການອອກໃບອະນຸຍາດທາງການຕະຫຼາດນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ມີດ້ວຍຄວາມເຫັນດີເຫັນພ້ອມຢ່າງຈະແຈ້ງ. ໃນກໍລະນີທີ່ ກົດໝາຍກຳນົດຂໍ້ຫ້າມໃນການຈົດທະບຽນຂອງບຸກຄົນທີສາມທີ່ມີຄຳສັບຫຼືຕົວຫຍໍ້ດັ່ງກ່າວ, ນັກກວດສອບອາດຈະບໍ່ອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນໄດ້ ເຖິງແມ່ນວ່າຜູ້ຮ້ອງຂໍຈະໄດ້ຮັບຄວາມເຫັນດີຈາກອົງກອນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງນັ້ນກໍ່ຕາມ.

ຢູ່ປະເທດມາເລເຊຍ, ກໍລະນີການປະຕິເສດທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄຳວ່າ "HALAL" ແລະ "BUATAN MALAYSIA".[120]

ຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ບໍ່ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບ ຍ້ອນວ່າເປັນການຫລອກລວງໂດຍອ້າງເຖິງການປະຕິບັດຕາມມາດຕະຖານ:[121]

- "ເຕັກໂນໂລຢີຍີ່ປຸ່ນ"

[118] ສຳລັບຕົວຢ່າງ, ໃຫ້ເບິ່ງ ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 21(2).ຊີ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 23.3, 4 ແລະ 5, ຄຳຕັດສິນໃຈ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 41; ເອັສຈີ ທີເອັມອາຣ໌ ອາຣ. 12 ແລະ 13; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(6); ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 73.4. ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ, ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 8, ຂໍ້ 4.

[119] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ.

[120] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ

[121] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ.

- "ມາດຕະຖານເຢຍລະມັນ"

ໃນປະເທດໄທເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດສຳລັບການຈົດທະບຽນຍ້ອນການອ້າງອີງ ທີ່ເປັນການຫລອກລວງເຖິງການຮັບຮອງຢ່າງເປັນທາງການ:[122]

ໃຊ້ສຳລັບຄຳແນະນຳທາງທຸລະກິດ, ຄຳແນະນຳດ້ານການບໍລິຫານ ບໍລິການສື່ສານ ຝຶກອົບຮົມ, ຝຶກອົບຮົມບຸກຄະລາກອນໃນການ ຮັບສະໝັກພະນັກງານ, ຊັບພະຍາກອນມະນຸດແລະການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດ.

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍຫຼືລວມມີຄຳສັບປະໂຫຍກທີ່ວ່າ 'ORGANIC CERTIFIED'[123], ເພື່ອຊີ້ບອກວ່າຜະລິດຕະພັນໄດ້ຖືກກວດກາວ່າ ໄດ້ເປັນໄປຕາມມາດຕະຖານ ການຜະລິດແບບປອດສານພິດໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ທີ່ມີຄວາມອຳນາດ ຈຳນວນໜຶ່ງ. ໃນກໍລະນີທີ່ບໍ່ແມ່ນ ແນວນີ້, ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການ ບໍລິການໃດໜຶ່ງ.

ຖ້າຫາກສັນຍາລັກທີ່ນຳໄປຍື່ນສຳລັບການຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ປະກອບມີ ຫຼື ຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້ ທີ່ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງໂດຍບຸກຄົນທີສາມ (ທີ່ ເປັນຂອງສາທາລະນະຫຼືເອກະຊົນ) ເປັນເຄື່ອງ ໝາຍຮັບຮອງຢັ້ງຢືນ, ເຄື່ອງໝາຍສະແດງການຄວບ ຄຸມຄຸນນະພາບຕາມມາດຕະຖານ ຫຼື ຕົວຊີ້ວັດອື່ນໆ, ນັກກວດສອບຄວນສົ່ງຄຳຄັດຄ້ານໃຫ້ເປັນ ທາງການ ຫຼືເມື່ອມີການຄັດຄ້ານ.

ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງພາກ 2 ຂອງຄູ່ມື (Guidelines) ເຫຼົ່ານີ້, ບົດທີ 2 ກ່ຽວກັບເຄື່ອງ ໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນໃນເມື່ອກ່ອນ ແລະ ບົດທີ 4 ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນ ໜ້ານີ້.

[122] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

[123] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ

4. ສັນຍາລັກຂອງລັດ ແລະ ສັນຍາລັກທາງການ, ເຄື່ອງໝາຍອົງກອນ ແລະເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆ

4.1 ສັນຍາລັກພາຍໃຕ້ມາດຕາ *6ter* ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີ

ສັນຍາລັກທີ່ມີສັນຍາລັກ, ເຄື່ອງໝາຍອົງກອນ ແລະສັນຍາລັກອື່ນໆຂອງລັດ ຫຼື ອົງການຈັດຕັ້ງລະຫວ່າງລັດຖະບານນັ້ນ ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ ເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າ ຜູ້ຮ້ອງຂໍຈະຍື່ນຫຼັກຖານທີ່ລັດແລະອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້ອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນດັ່ງກ່າວໄດ້. ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ກໍ່ແມ່ນສັນຍາລັກທາງການດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ໄດ້ກ່າວເຖິງ:[124]

- ເຄື່ອງໝາຍຊາດຂອງບັນດາປະເທດ,
- ທຸງປະຈຳຊາດ,
- ເຄື່ອງໝາຍອົງກອນຂອງບັນດາລັດອື່ນໆ,
- ສັນຍາລັກແລະສັນຍາລັກທີ່ເປັນທາງການທີ່ຊີ້ບອກເຖິງການຄວບຄຸມແລະການຮັບປະກັນ ເຊິ່ງໄດ້ຮັບຮອງໂດຍປະເທດນັ້ນໆ,
- ບັນດາຊື່ແລະຕົວຫຍໍ້ຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ,
- ເຄື່ອງໝາຍຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ,
- ທຸງຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ,
- ເຄື່ອງໝາຍຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ,
- ການລຽນແບບເຄື່ອງໝາຍສັນຍາລັກຕ່າງໆ.

ເຫດຜົນສຳລັບການປະຕິເສດນີ້ ກໍ່ແມ່ນອີງໃສ່ຂໍ້ກຳນົດຂອງ**ມາດຕາ 6ter** ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີທີ່ໄດ້ສ້າງລະບຽບການຂັ້ນຕອນ ສຳລັບ**ການສື່ສານ**ທີ່ຕິດຕໍ່ກັນຂອງເຄື່ອງໝາຍແລະສັນຍາລັກຂອງລັດ, ແລະຂອງຊື່ແລະເຄື່ອງໝາຍຂອງອົງການຈັດຕັ້ງລະຫວ່າງລັດຖະບານ.

---

[124] ເບິ່ງເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນບົດເອັນ ທີເອັມເອ,ເອັສ. 7(1)(ເອ) ແລະ (ບີ), 55 ແລະ 56, ເຄືອງໝາຍຊາດແລະຊື່ (ສະບັບທີ 94) ເອັສ. 3(ຊີ), ຕາຕະລາງ ພາກ I; ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 4(ດີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ, ເອອາຣ์ທີ. 21(2).ບີ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອ ອາຣ์ທີ. 23.5 ແລະ 6; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 15(ບີ), ທີເອັມອາຣ์, ອາຣ์. 13, 14 ແລະ 15, ຄູ່ມື ທີເອັມ ຂໍ້ 5.37; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 13.ເອັຟ) ແລະ ຈີ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ບີ), ລະບຽບການ, ອາຣ์. 102.ບີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(11), (12) ແລະ (13), 56 ແລະ 57, ທີເອັມອາຣ์ ອາຣ์. 11, 12 ແລະ 13, ແລະ ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 11 ເລື່ອງ "ເຫດຜົນອື່ນສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ",ຫນ້າ 9,10 ແລະ 11; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 8(1), (2), (6) ແລະ (7); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີ ເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 73.1, 2 ແລະ 4. ນອກຈາກນັ້ນ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 9

ເຄື່ອງໝາຍ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍອົງກອນຕ່າງໆທີ່ສື່ສານຜ່ານຂັ້ນຕອນຂອງມາດຕາ 6ter ນັ້ນ ສາມາດຫາເບິ່ງໄດ້ໃນຖານຂໍ້ມູນ 6ter ທີ່ສາມາດເຂົ້າເບິ່ງໄດ້ຜ່ານທາງອິນເຕີເນັດໄດ້ໃນເວບໄຊທ໌ຂອງ WIPO.[125]

ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງຊາດຈຳເປັນຕ້ອງໃຫ້*ການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍ* ແລະເຄື່ອງໝາຍສັນຍາລັກຕ່າງໆທີ່ສື່ສານໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍຫຼືເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງເຄື່ອງໝາຍ. (ຍົກເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າ ພວກເຂົາໄດ້ແຈ້ງການປະຕິເສດໃນລັກສະນະທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ແລ້ວ) ທຸກປະຈຳຊາດນັ້ນ ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງສື່ສານເພື່ອຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກການປົກປ້ອງນີ້.

ໃນກໍລະນີທີ່ມີການໃຊ້ເຫດຜົນມາປະຕິເສດນັ້ນ, ການຈົດທະບຽນຈະຖືກປະຕິເສດໃນສ່ວນທີ່ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບບັນດາຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທັງໝົດທີ່ຢູ່ໃນຄຳຮ້ອງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, *ສຳລັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ໃນການຄວບຄຸມຫຼືໃບຮັບປະກັນຢ່າງເປັນທາງການນັ້ນ*, ການປະຕິເສດໂດຍນັກກວດສອບອາດຈະຖືກຈຳກັດຕໍ່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການເຊິ່ງສັນຍາລັກຂອງການຄວບຄຸມຫຼືການຮັບປະກັນຢ່າງເປັນທາງການທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ນັ້ນໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ດັ່ງທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນລາຍການສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ມີການສື່ສານກັບສັນຍາລັກ.

ສິ່ງທີ່ຈະໃຫ້ເບິ່ງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງສັນຍາລັກຕ່າງໆທີ່ໄດ້ມີການສື່ສານພາຍໃຕ້ມາດຕາ 6 ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີທີ່ບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍຫຼືສ່ວນໜຶ່ງຂອງເຄື່ອງໝາຍໄດ້ ຍົກເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າ ຜູ້ຮ້ອງຂໍນັ້ນຈະຍື່ນຫຼັກຖານຢັ້ງຢືນວ່າອົງການຈັດຕັ້ງແຫ່ງຊາດທີ່ມີອຳນາດ ຫຼື ອົງການຈັດຕັ້ງລະຫວ່າງລັດຖະບານນັ້ນ ໄດ້ໃຫ້ອະນຸຍາດສຳລັບການຈົດທະບຽນດັ່ງກ່າວ:

- ເຄື່ອງໝາຍຊາດຂອງບັນດາປະເທດ

[125] ເບິ່ງເວບໄຊທ໌ຂອງ ອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ ທີ່: http://www.wipo.int/ipdl/en/6ter/.

- ທຸງປະຈຳຊາດ

- ເຄື່ອງໝາຍອົງກອນຂອງບັນດາລັດອື່ນໆ[126]

[126] ເຄື່ອງໝາຍປະເທດນັ້ນລວມມີ "ຍີ່ຫໍ້ຂອງປະເທດ" ແລະ "ຍີ່ຫໍ້ແຫ່ງຊາດ" ທີ່ໄດ້ຖືກຮັບຮອງໂດຍບັນດາປະເທດສະມາຊິກຂອງສະຫະພາບປາຣີໃຫ້ເປັນສັນຍາລັກຂອງຊາດ.

- ສັນຍາລັກແລະສັນຍາລັກທີ່ເປັນທາງການທີ່ຊີ້ບອກເຖິງການຄວບຄຸມແລະການຮັບປະກັນ ເຊິ່ງໄດ້ຮັບຮອງໂດຍປະເທດນັ້ນໆ[127]

[127] ປ້າຍແລະສັນຍາລັກທີ່ເປັນທາງການທີ່ຊີ້ບອກເຖິງການຄວບຄຸມແລະການຮັບປະກັນ ເຊິ່ງລວມມີຍີ່ຫໍ້ຂອງປະເທດ" ແລະ "ຍີ່ຫໍ້ແຫ່ງຊາດ" ທີ່ປະເທດຫຼືອົງການລັດແຫ່ງຊາດໄດ້ຮັບຮອງເອົາຢ່າງເປັນທາງການເພື່ອຊີ້ບອກເຖິງການຄວບຄຸມແລະການຮັບປະກັນ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງ.

- ບັນດາຊື່ແລະຕົວຫຍໍ້ຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ

ອົງການຈັດຕັ້ງສະຫະປະຊາຊາດ

ອົງການອາຫານແລະກະສິກຳໂລກ

ອົງການອະນາໄມໂລກ

ການຮ່ວມມືດ້ານເສດຖະກິດອາຊີປາຊີຟິກ

UNO

FAO

WHO

- ເຄື່ອງໝາຍຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ

- ທຸງຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ

[ອົງການເພື່ອການຫ້າມອາວຸດເຄມີ]

[ສະມາຄົມປະຊາຊາດແຫ່ງອາຊີຕະເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ (ອາຊຽນ)]

- ເຄື່ອງໝາຍຂອງບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນລະຫວ່າງລັດຖະບານ

FCTC
WHO FRAMEWORK CONVENTION
ON TOBACCO CONTROL

- ການລຽນແບບເຄື່ອງໝາຍສັນຍາລັກຕ່າງໆ

ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານຕໍ່ເຄື່ອງໝາຍໃດໜຶ່ງ ທີ່ມີການລອກລຽນແບບເຄື່ອງໝາຍອົງກອນອື່ນໆທີ່ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງ, ທຸງ ຫຼືເຄື່ອງໝາຍທາງການອື່ນໆ ໂດຍທີ່ຖ້າສັນຍາລັກນັ້ນສາມາດຖືກຮັບຮູ້ໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງວ່າໄດ້ມີການລອກລຽນແບບແທ້. ການປະຕິເສດອາດຈະຕົກໄປຖ້າຫາກຜູ້ສະໝັກຍື່ນຫຼັກຖານທີ່ອົງການຈັດຕັ້ງລັດຫຼືອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້ມອບອຳນາດແລະອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໄດ້.[128]

[128] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 9, ຂໍ້ 2.3

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍຂອງຊາດຫຼືການຮຽນແບບຂອງເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານັ້ນ ຄວນຖືກປະຕິເສດການຂໍຂຶ້ນທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ:

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

[ຕົວຢ່າງຈາກ, from http://www.tinydeal.com/2014-world-cup-sale-si-1674.html ແລະ http://flagstamps.blogspot.com/2014/02/misuse-of-indian- national-flag-by.html ຕາມລຳດັບ]

ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຢູ່ຫວຽດນາມເນື່ອງຈາກມັນຄ້າຍຄືກັນກັບທຸງຊາດຂອງປະເທດສາທາລະນະລັດກາບູ:

ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2008-26144
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ເຈົ້າໜ້າ ທີ່ຫວຽດນາມໄດ້ປະຕິເສດການຈົດທະບຽນໃຫ້ກັບສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ວ່າມັນມີທຸງຊາດອົດສະຕາລີ:

ຄຳຮ້ອງເລກທີ 4-2014-15126
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະກາດວ່າບໍ່ຖືກຕ້ອງ ໂດຍສານຕັດສິນໃນປະເທດໂຮນລັງເພາະວ່າພວກເຂົາໄດ້ລວມເອົາເຄື່ອງໝາຍປະຈຳຊາດຂອງ ປະເທດສະວິດ.[129]

Swiss Sense®

Swiss Sense®

[ຮູບຈາກ: http://www.gevers.eu/sites/default/files/gevers_belgium_feb13-mip.pdf]

ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບດ້ວຍການລຽນແບບທີ່ເປັນສີດຳແລະຂາວຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຮັບ ການຄຸ້ມຄອງ, ທຸງ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍທາງການນັ້ນ ຄວນໄດ້ຮັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ ຖ້າ ຫາກສາມາດຈົດຈຳລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍກາສັນຍາລັກ, ທຸງ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ລຽນ ແບບໄດ້. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການປ່ຽນແປງທັງໝົດ ຂອງສີສັນຂອງທຸງຊາດບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນການ ຮຽນແບບ ຍົກເວັ້ນແຕ່ວ່າ, ຖ້າຫາກວ່າທຸງມີລັກສະນະຮູບແບບຕ່າງໆ (ເຊ່ນ ເຄື່ອງໝາຍ, ຮູບເກາະ ເຫຼັກປ້ອງກັນ, ແລະອື່ນໆ) ທີ່ສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ໂດຍບໍ່ຕ້ອງໄປສົນໃຈເລື່ອງສີ.

ຕົວຢ່າງເຊ່ນວ່າ, ອຸປະກອນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ມີຄຸນລັກສະນະຕ່າງໆ (ທີ່ເປັນຮູບໄມ້ກາງເຂນ ຫຼື ຮູບ ກາກະບາດຂອງປະເທດສະວິດ) ທີ່ສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ທັນທີ ເຖິງວ່າຈະມີຮູບແບບການນຳສະເໜີ ຫຼື

[129] ເບິ່ງ http://www.gevers.eu/sites/default/files/gevers_belgium_feb13-mip.pdf.

ສີສັນຂອງເຄື່ອງໝາຍປະຈຳຊາດຂອງປະເທດສະວິດ:

[ຮູບພາບຈາກ:https://www.google.com/search?q=fake+swiss+logos&client=safari&rls=en&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj1iPSKxerhAhUStlkKHZV4B9sQ_AUIDigB&biw=1364&bih=589#imgrc=RismK4Z6Y3eEDM: ແລະ http://www.crwflags.com/fotw/flags/ch.html ຕາມລຳດັບ]

ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບດ້ວຍການເຮັດຊ້ຳຄືນໃຫມ່ທີ່ມີຮູບແບບທັນສະໄໝຂອງອົງປະກອບບາງຢ່າງທີ່ໄດ້ຢືມມາຫຼືໄດ້ຮັບແຮງບັນດານໃຈເຄື່ອງໝາຍປະຈຳລັດ ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນການຮຽນແບບໃນແງ່ຂອງທາງພິທີການສຳ ລັບຈຸດປະສົງເຫຼົ່ານີ້.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ເຫັນໄດ້ວ່າ ມັນບໍ່ໄດ້ຮຽນແບບເລີຍ ໃນທັດສະນະທາງພິທີການຂອງທຸງຊາດຂອງສະຫະລັດ, ເຖິງແມ່ນວ່າອຸປະກອນດັ່ງກ່າວໄດ້ຮັບແຮງບັນດານໃຈຈາກທຸງຊາດດັ່ງກ່າວ:

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

4.2 ສັນຍາລັກແລະເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆທີ່ບໍ່ຖືວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍ[130]

ນອກເໜືອໄປຈາກເຄື່ອງໝາຍ ແລະເຄື່ອງໝາຍທາງການອື່ນໆທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ ດ້ວຍມາດຕາ 6 ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີນັ້ນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງໂດຍສົນທິສັນຍາສາກົນສະເພາະ ຫຼື ໂດຍກົດໝາຍຂໍ້ກຳນົດລະຫວ່າງຊາດ ຈະບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ ຫຼືເປັນບາງ ສ່ວນຂອງເຄື່ອງໝາຍໄດ້ ຖ້າຫາກບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດທີ່ເໝາະສົມ. ສັນຍາລັກທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍ ດັ່ງກ່າວນັ້ນ ຈະຖືກຄັດຄ້ານໂດຍນັກກວດສອບຖ້າຫາກວ່າການອະນຸຍາດດັ່ງກ່າວບໍ່ຖືກຍື່ນໂດຍ ຫຼື ໃນນາມຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍບໍ່ຄວນໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ຖ້າມັນຫາກມີສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ທີ່ໄດ້ ຮັບການຄຸ້ມຄອງພາຍໃຕ້ສົນທິສັນຍາ ໄນโรบิເພື່ອການຄຸ້ມຄອງສັນຍາລັກກີລາໂອລິມປິກ ແລະ ສົນທິສັນຍາສຳລັບການຢຽວຢາຜູ້ທີ່ໄດ້ຮັບບາດເຈັບໃນກອງທັບໃນສະ ໜາມຮົບ, ເຈນີວາ, ວັນທີ 22 ສິງຫາ, 1864:

[ສັນຍາລັກກີລາໂອລິມປິກ]

[ສະພາກາແດງສາກົນ]

[ສະພາກາແດງສາກົນ]

ດັ່ງນັ້ນ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດໃນການຈົດທະບຽນຢູ່ປະເທດໄທ:[131]

[130] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 9, ຂໍ້ 3.

[131] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

ใຊ້ສຳລັບການບໍລິການໃນໂຮງໝໍ, ການບໍລິການຂອງສຸກສາລາ

ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍ ຫຼື ສິນທິສັນຍາເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງປະເທດຕ່າງໆທີ່ໄດ້ເກືອດຫ້າມການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍແລະສັນຍາລັກຂອງຊາດ, ຂອງພາກພື້ນ ຫຼື ຂອງສາກົນທີ່ລະບຸໄວ້, ເຄື່ອງ ໝາຍດັ່ງກ່າວກໍ່ຄວນຈະຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ.

ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດຢູ່ໃນປະເທດຫວຽດນາມຍ້ອນການບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດທີ່ໄດ້ມີການລວມເອົາເຄື່ອງໝາຍເງິນເອີໂຣທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການອະນຸຍາດໃຫ້ໃສ່:

ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2012-20098
[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

4.3 ສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ຖືກຍົກເວັ້ນດ້ວຍບົດບັນຍັດທາງກົດໝາຍ

ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍໄດ້ກຳນົດກ່ຽວກັບຂໍ້ຈຳກັດຫຼືຂໍ້ຫ້າມຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວກັບການຈົດທະບຽນ ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ ຫຼືມີອົງປະກອບອື່ນໆສະເພາະນັ້ນ, ນັກກວດສອບຄວນບໍ່ໃຫ້ຈົດທະບຽນ. ຂໍ້ຈຳກັດດັ່ງກ່າວແມ່ນໄດ້ມີຄວາມສະເພາະເຈາະຈົງຕ່າງກັນສຳລັບແຕ່ລະປະເທດແລະຕ້ອງໄດ້ຮັບການປະເມີນຈາກເຈົ້າໜ້າທີ່ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາໃນທ້ອງຖິ່ນນັ້ນໆບົນພື້ນຖານຂອງມາດຕະຖານໃນທ້ອງຖິ່ນຂອງຕົນເອງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຂໍ້ເກືອດຫ້າມດ້ານກົດໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ທີ່ມີຕໍ່ການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍ

ທີ່ມີສ່ວນປະກອບບາງຢ່າງທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ນັ້ນ ແມ່ນໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍຂອງບັນດາປະເທດຕ່າງໆທີ່ມີລາຍຊື່ແລະໄດ້ລະບຸໄວ້ຂ້າງລຸ່ມນີ້:

ບຣູໄນ ດາຣຸສຊາລາມ:[132]

- ທຸກຢ່າງທີ່ເປັນຕົວແທນຂອງກະສັດສູລຕ່ານ ແລະ Yang Di-Pertuan (ແປຈາກພາສາມາລາຢູ: "ຜູ້ປົກຄອງສູງສຸດ") ຫຼືສະມາຊິກໃດໜຶ່ງໃນຄອບຄົວແຫ່ງຣາດຊະວົງ, ຫຼືການລຽນແບບທີ່ເປັນສີສີສັນໃດໆ;

- ທຸກຄຳສັບ, ຕົວອັກສອນ, ຫຼື ອຸປະກອນໃດໜຶ່ງ ທີ່ອາດເຮັດໃຫ້ຜູ້ຄົນເຊື່ອວ່າຜູ້ຮ້ອງຂໍນັ້ນມີຫຼືໄດ້ຮັບພຣະຣາຊອຸປະຖຳຫຼື ການອະນຸຍາດຈາກບັນດາສະມາຊິກໃດໜຶ່ງໃນຄອບຄົວແຫ່ງຣາດຊະວົງ;

- ສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆທີ່ເປັນມາດຕະຖານ ລວມທັງປະທັບຕາທີ່ເປັນທາງການ ຂອງກະສັດສູລຕ່ານ ແລະ Yang Di-Pertuan ແລະພະລາຊິນີ Raja Isteri;

- ເຄື່ອງໝາຍປະຈຳລັດຂອງປະເທດບຣູໄນ ດາຣຸສຊາລາມ;

- ເຄື່ອງໝາຍຊາດຂອງບຣູໄນ;

- ເຄື່ອງໝາຍຫຼືປະທັບຕາຢ່າງເປັນທາງການຂອງອົງການສະຫະປະຊາຊາດ;

- ຫຼຽນກາແບບຕ່າງໆແລະເຄື່ອງຣາຊະອິສະຣິຍະພອນ ທີ່ໄດ້ຖືກກຳນົດໂດຍກົດເກນຂອງພຣະອົງ;

- ເຄື່ອງໝາຍ ຫຼືປະທັບຕາທາງການ ຂອງອົງການຕຳຫຼວດອາສະຍາກຳສາກົນ. (Interpol);

- ສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍ, ເຄື່ອງໝາຍຮູບແບບຕ່າງໆ ຫຼື ທຸງປະຈຳ ຂອງອົງການຈັດຕັ້ງບໍລິຫານຂອງບຣູໄນ ດາຣຸສຊາລາມ;

---

[132] ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(1)(ຊີ) ແລະ (ດີ), ແລະ ບົດ 94 - ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍແລະຊື່ (ການປ້ອງກັນການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ) ປີ 1967.

- ຊື່ຂອງກະສັດສູລຕ່ານ ແລະ Yang Di-Pertuan;
- ຊື່ຂອງພະລາຊິນີ Raja Isteri.
- ຊື່ ICPO - ອິນເຕີໂປລ ຫຼື ອົງການຕຳຫຼວດອາສະຍາກຳສາກົນ (Interpol).

ມາເລເຊຍ:[133]

- ຄຳວ່າ "Bunga Raya" (ຊື່ດອກໄມ້ປະຈຳຊາດຂອງມາເລເຊຍ) ແລະການສະແດງອອກໃນຮູບແບບຂອງດອກHibiscus ຫຼື ການລຽນແບບສີຕ່າງໆ;
- ການນຳສະເໜີ ຫຼື ຄຳເວົ້າທີ່ໄປອ້າງເຖິງ Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong, ຜູ້ປົກຄອງລັດ ຫຼື ການລຽນແບບສີຕ່າງໆ;
- ຮູບພາບທີ່ເປັນການນຳສະເໜີ ພະລາດຊະວັງ ຫຼື ອາຄານສິ່ງປຸກສ້າງທີ່ເປັນຂອງລັດຖະບານກາງ ຫຼື ລັດຖະບານແຫ່ງລັດ ຫຼືລັດຖະບານອື່ນໆຫຼືການລຽນແບບສີຕ່າງໆ;
- ການນຳສະເໜີ ໃດໆຂອງຄຳຂວັນ ຫຼື ຄຳເວົ້າທີ່ອ້າງເຖິງອາວຸດຂອງກະສັດ, ເຄື່ອງປະທັບຕ່າງໆ ປະຈຳຕະກູນ ຫຼື ປ້າຍ ຫຼື ປ້າຍຈາລຶກແບບຕ່າງໆເພື່ອໃຫ້ມັນເກືອບຄ້າຍຄືກັນກັບທຸກຢ່າງທີ່ອາດຈະເຮັດໃຫ້ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈຜິດໄດ້;
- ການນຳສະເໜີໃດໆຂອງຄຳຂວັນຫຼືຄຳເວົ້າໂດຍໄປອ້າງອີງໃສ່ມົງກຸດລາຊະວົງ ຫຼື ພະລາດຊະວັງຫຼືຂອງພະລາດຊະວັງ, ຫຼືທຸງປະຈຳຊາດ;
- ການນຳສະເໜີ ຂອງຄຳຂວັນ ຫຼື ຄຳເວົ້າທີ່ກ່າວເຖິງ, ສັນຍາລັກ, ເຄື່ອງໝາຍ, ປ້າຍ ຫຼື ທຸງ ທະຫານປະຈຳກອງ ຂອງກອງທັບມາເລເຊຍ, ກອງທັບເຮືອມາເລເຊຍ, ກອງທັບອາກາດ ຂອງມາເລເຊຍແລະຂອງ ຕຳຫຼວດມາເລເຊຍ, ຫຼືອຸປະກອນຕ່າງໆທີ່ໄປຄ້າຍຄືກັນກັບທຸກຢ່າງທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ທີ່ໄປມີລັກສະນະທ່າທາງອັນຈະພາໃຫ້ເກີດຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດພາດກັບພວກມັນ.

[133] ທີເອັມອາຣ ອາຣ. 13(1)(ບີ), (ຊີ) ແລະ (ດີ), ແລະ 14.

ສິງກະ�โป:[134]

- ການສະແດງອອກຂອງການເປັນຕົວແທນຂອງຂອງປະທານາທິບໍດີຫຼືການລອກລຽນແບບຂອງສີໃດໆ;

- ການສະແດງອອກຂອງການເປັນຕົວແທນຂອງສັນຍາລັກຫຼືເຄື່ອງໝາຍຊາດຂອງສາທາລະນະລັດສິງກະ�โป, ປ້າຍຂອງປະທານາທິບໍດີ, ຂອງກອງທັບສິງກະ�โป, ຫຼືເຄື່ອງໝາຍສັນຍາລັກ, ປ້າຍ, ທຸງ ຫຼືອຸປະກອນຕ່າງໆທີ່ໄປຄ້າຍຄືກັນກັບທຸກຢ່າງທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ທີ່ໄປມີລັກສະນະທ່າທາງອັນຈະພາໃຫ້ເກີດຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດພາດກັບພວກມັນ;

- ການສະແດງອອກຂອງການເປັນຕົວແທນຂອງມົງກຸດລາຊະວົງຫຼືມົງກຸດຈັກກະພັດ ຫຼື ທຸງຊາດສິງກະ�โปຫຼືທຸງຂອງລາຊະວົງຫຼືຈັກກະພັດ;

- ຄຳສັບທີ່ວ່າ "ລາດຊະອານາຈັກ," "ຈັກກະພັດ," "ປະທານາທິບໍດີ" ຫຼື "ລັດຖະບານສິງກະ�โป" ຫຼື ຄຳສັບໃດ, ຕົວອັກສອນ, ຫຼືອຸປະກອນໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້ານຳໄປໃຊ້ໃນແບບທີ່ມີລັກສະນະທ່າທາງອັນທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຄົນຄິດວ່າຜູ້ສະໝັກນັ້ນ ຮັບຫຼືໄດ້ຮັບ ພຣະຣາຊອຸປະຖຳຫຼືການອະນຸຍາດຈາກຄອບຄົວແຫ່ງຣາດຊະວົງ, ຈັກກະພັດ, ປະທານາທິບໍດີ, ຫຼື ລັດຖະບານສິງກະ�โป;

- ຄຳວ່າ “ອົງການສະພາການແດງ” ຫຼື “ອົງການການແດງເຈນີວາ” ນັ້ນ, ການສະແດງອອກໃດໆ ຂອງການເປັນຕົວແທນຂອງອົງການສະພາການແດງ ຫຼື ອົງການການແດງເຈນີວາ, ການສະແດງອອກຂອງເຄື່ອງໝາຍຊາດຂອງປະເທດສະຫະພັນທະລັດສະວິດທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບໄມ້ກາງເຂນຫຼືການະບາດ ທີ່ເປັນສີຂາວຢູ່ເທິງພື້ນສີແດງ ຫຼື ເປັນຮູບໄມ້ກາງເຂນຫຼືການະບາດສີເງິນ ເທິງພື້ນສີແດງ ທີ່ໄປເຮັດໃຫ້ຄ້າຍຄືຈາກທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ;

- ຄຳວ່າ “ANZAC”.

[134] ທີເອັມອາຣ ອາຣ. 11 ແລະ12

ປະເທດໄທ:[135]

- ສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆທີ່ເປັນປະທັບຕາຂອງລັດຫຼືກະສັດ, ປະທັບຕາຂອງລັດຖະບານ, ສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆຂອງລາດສະວິງຈັກກຣິ, ຫຼຽນກາແບບຕ່າງໆ ແລະເຄື່ອງຣາຊະອິສະຣິຍະພອນ, ປະທັບຕາຂອງອົງການຈັດຕັ້ງຫ້ອງການຕ່າງໆຂອງລັດ, ປະທັບຕາຂອງກະຊວງ, ພະແນກຫຼືປະທັບຕາຈັງຫວັດ(ແຂວງ);

- ທຸງຊາດໄທ, ທຸງມາດຕະຖານຂອງກະສັດຫຼືທຸງປະຈຳການທີ່ເປັນທາງການ;

- ຊື່, ນາມມະຍົດ, ຫຼື ຊື່ຫຍໍ້ ຂອງບັນດາສະມາຊິກໃນຄອບຄົວລາດຊະວົງ;

- ການສະແດງອອກໃດໆຂອງການເປັນຕົວແທນຂອງກະສັດ, ພະລາຊິນີຫຼືຜູ້ທີ່ຈະສືບທອດຕຳແໜ່ງ;

- ຊື່, ຄຳສັບ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆທີ່ເປັນສະແດງອອກເຖິງກະສັດ, ພະລາຊິນີ, ຫຼືຜູ້ທີ່ຈະສືບທອດຕຳແໜ່ງ ຫຼືສະມາຊິກໃນລາດຊະວົງ.

[135] ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(1), (2), (3), (4) ແລະ (5).

5. ລະບຽບສາທາລະນະ, ນະ�โยบายสาทาละนะ, ສິນລະທຳ

5.1 ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ

ຄວນສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງແນວຄິດຂອງຄຳວ່າ "ນະโยบายสาทาละนะ" ແລະ "ລະບຽບສາທາລະນະ" ໃນດ້ານໜຶ່ງ ແລະອີກດ້ານໜຶ່ງ ກໍ່ແມ່ນ "ສິນລະທຳ"[136]

'ນະโยบายสาทาละนะ' ແລະ *'ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງລັດ"* ໝາຍເຖິງກອບກົດໝາຍທົ່ວໄປຂອງລັດໃດລັດໜຶ່ງ ແລະກ່ຽວກັບເຫດຜົນແລະຈຸດປະສົງທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ກັບກອບກົດໝາຍດັ່ງກ່າວ. ກອບກົດໝາຍນັ້ນ, ນອກເໜືອ ໄປຈາກນິຕິ ກຳ ທີ່ເປັນດ້ານດີແລະຂໍ້ກຳນົດດ້ານການບໍລິຫານທີ່ມີຜົນບັງຄັບໃຊ້ໃນປະເທດ, ປະກອບດ້ວຍໄປສົນທິສັນຍາສາກົນແລະ ລວມທັງຄຳຫມັ້ນສັນຍາສາກົນອື່ນໆທີ່ລັດໄດ້ຮັບຮອງເອົາ, ພ້ອມທັງກົດໝາຍໃນກໍລະນີຕ່າງໆທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້. ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທາງກົດໝາຍເຫຼົ່ານີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນແລະສະແດງອອກເຖິງນະโยบาย, ຫຼັກການພື້ນຖານແລະຄຸນຄ່າຂອງລັດ.

'ສິນລະທຳ' ແມ່ນບັນດາຫຼັກການທີ່ໄດ້ຮັບຍອມຮັບໃນສັງຄົມທີ່ກຳນົດການປະຕິບັດແລະກົດລະບຽບພາຍໃນສັງຄົມໃດໜຶ່ງຫຼືຊຸມຊົນໃດໜຶ່ງ. ຫຼັກການແລະກົດລະບຽບເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ໄດ້ຢູ່ໃນກົດໝາຍຫຼືບັນທັດຖານຂອງການບໍລິຫານ ແລະອາດແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມໄລຍະເວລາແລະຢ່າງຫຼວງຫຼາຍໃນແຕ່ລະປະເທດ ຫຼືໃນຂົງເຂດພູມີພາກແລະຊຸມຊົນທີ່ແຕກຕ່າງກັນໃນປະເທດດຽວກັນ. ຫຼັກການແລະກົດລະບຽບການທາງດ້ານສິນລະທຳ ໄດ້ສະທ້ອນເຖິງຄຸນຄ່າທີ່ສັງຄົມຫຼືຊຸມຊົນໃນລະດັບຊາດຕ້ອງການຮັກສາໄວ້. ໂດຍທີ່ຕ້ອງໄດ້ນຳໃຊ້ໂດຍສົມທົບກັບມາດຕະຖານທາງກົດໝາຍໃນທາງບວກເຊິ່ງໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວຈະບໍ່ໄດ້ຈັດການກັບບັນຫາປະເພດຕ່າງໆ ຫຼືລາຍລະອຽດທີ່ເປັນຫົວເລື່ອງຂອງ "ສິນລະທຳ".

ເນື່ອງຈາກຄຳນິຍາມຂອງ "ນະโยบายสาทาละนะ","ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ

[136] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 6(3)(ເອ) ; ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ.4(ບີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ, ເອອາຣ์ທີ. 20. ເອ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 23.18, ຄຳຕັດສິນໃຈ 753 ເອອາຣ์ທີ. 45 ແລະ 46; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 14(ບີ) ແລະ (ຊີ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 5 ຂໍ້ 5.5 ຫາ 5.8; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 13.ຊີ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ເອ) ແລະ (ເອັມ), ລະບຽບການ, 102.ເອັມ), ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 87; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(4)(ເອ) , ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 9 – "ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດກັບນະโยบายสาทาละนะຫຼືສິນລະທຳອັນດີງາມຂອງປະຊາຊົນ"; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(9); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 8.1 ແລະ ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ຂໍ້ 39.2.b.iii. ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 7.

ສາທາລະນະ” ແລະ“ ສິນລະທຳ” ນັ້ນແມ່ນບເລື່ອງພາຍໃນປະເທດຢ່າງເຂັ້ມງວດ, ມັນສາມາດຖືກ ຕັດສິນແລະຕັດສິນໄດ້ໂດຍອຳນາດການປົກຄອງແຫ່ງຊາດທີ່ມີໃນແຕ່ລະປະເທດ. ການກຳນົດສິ່ງທີ່ ກົງກັນຂ້າມກັບຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງສາທາລະນະຫຼືມາດຕະຖານທາງດ້ານສິນລະທຳ ທີ່ມີຢູ່ທົ່ວໄປຈະຕ້ອງຂຶ້ນກັບສະພາບທາງກົດໝາຍ, ການເມືອງ, ວັດທະນະທຳ ແລະສາດສະໜາທີ່ ມີຢູ່ໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ນອກຈາກນັ້ນ, ປັດໄຈຕ່າງໆເຊັ່ນ: ລະດັບຂອງຜົນກະທົບທີ່ເກີດມາ ຈາກການໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ເຫມາະ ແລະຂະໜາດ ແລະພາກສ່ວນຂອງຊຸມຊົນທີ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບ ຈາກສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍນັ້ນກໍ່ແມ່ນປັດໃຈໜຶ່ງ ທີ່ເຮົາຄວນພິຈາລະນາໃນແຕ່ລະກໍລະນີ.

ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານຕໍ່ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ໃນເມື່ອມາດຕະຖານ ເຫຼົ່ານັ້ນບໍ່ມີຄວາມເຫມາະສົມ ຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ສຳລັບທ້ອງຖິ່ນຂອງປະເທດທີ່ມີການກວດສອບ ຄຳຮ້ອງສະໝັກ.

5.2 ບັນຫາສະເພາະ

5.2.1 ຄຸນລັກສະນະຂອງຕົວເຄື່ອງໝາຍເອງ

ໃນຂອບເຂດທີ່ກົດໝາຍແຫ່ງຊາດໄດ້ໃຫ້ໄວ້, ການຮ້ອງຂໍການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການ ຄ້າສາມາດຖືກຄັດຄ້ານໄດ້ໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ກວດກາ ຖ້າຫາກວ່າ ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວຂັດກັບນະ�โยบาย ຫຼືລະບຽບກົດໝາຍສາທາລະນະ, ຫຼືຂັດກັບກັບສິນລະທຳ,ໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ການປະເມີນຜົນນີ້ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການປະຕິບັດໂດຍອົງການທີ່ມີອຳນາດແຫ່ງຊາດ ທີ່ມີ ຄວາມສາມາດໂດຍຢູ່ບົນພື້ນຖານຂອງມາດຕະຖານແລະຫຼັກເກນທີ່ພົ້ນເດັ່ນໃນປະເທດທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງ.

ເມື່ອເຫດຜົນດັ່ງກ່າວສຳລັບການປະຕິເສດນັ້ນ ໄດ້ຖືກຮຽກຮ້ອງໃຫ້ນຳມາໃຊ້ແລ້ວ, ມັນກໍ່ ຄວນໄປອ້າງເຖິງ<u>ສັນຍາລັກນັ້ນເອງ</u>. ການປະຕິເສດຄວນອີງໃສ່ຄວາມຈິງທີ່ວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືກ ເລືອກໃຫ້ຈົດທະບຽນນັ້ນ, ຕົວເຄື່ອງໝາຍມັນນັ້ນເອງ ທີ່ໄປຂັດກັບນະ�โยบายสาทาละนะ, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງສາທາລະນະ ຫຼື ບັນດາຫຼັກການທີ່ເປັນທີ່ຍອມຮັບທາງສິນລະ ທຳ.

ໃນກໍລະນີເຫຼົ່ານີ້, ລັກສະນະຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການແລະຮູບລັກສະນະຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ທີ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງໜ້ອຍກວ່າ. ສິ່ງທີ່ຕ້ອງໄດ້ຄັດຄ້ານກໍ່ແມ່ນການທີ່ເລືອກ

ເອົາເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວເພາະມັນໄດ້ຖືກພິຈາລະນາວ່າໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ກວດກາແລະເຫັນວ່າ ມັນຂັດກັບນະ�โยบาย, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບร้อยหรือสินละทำ. ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ ແມ່ນມີການຈຳໜ່າຍຢ່າງຈຳກັດ, ຫຼືວ່າຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຜູ້ບໍລິโพกมิจำกัด ກໍ່ຈະບໍ່ຮັບປະກັນໃຫ້ສະມາຊິກສາທາລະນະອື່ນໆ - ແມ່ນແຕ່ຜູ້ທີ່ບໍ່ກ່າວເຖິງໃນຂໍ້ສະເໜີດັ່ງກ່າວ - ຈະບໍ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກການມີຢູ່ແລະການນຳໃຊ້ຂອງສິ່ງດັ່ງກ່າວໃນການຄ້າຂາຍ.

ການຄັດຄ້ານດ້ວຍເຫດຜົນຂອງນະโยบายสาทาละนะ, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບร้อย, ຫຼື ສິນລະທຳນັ້ນ ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ ໃນກໍລະນີທີ່ບັນຫາບໍ່ຢູ່ໃນຕົວສັນຍາລັກເອງ ແຕ່ຈະເປັນການ ໃຊ້ໃນການວາງເຄື່ອງໝາຍ ອັນນີ້ແມ່ນກໍລະນີຂອງ ຊື່, ສັນຍາລັກ ຫຼື ຮູບພາບບາງອັນທີ່ໄດ້ຮັບ ຄວາມເຄົາລົບສູງຫຼືຖືກຈຳກັດການນຳໃຊ້ຢູ່ໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ. ການໃຊ້ຊື່ນັ້ນ (ຕົວຢ່າງຊື່ຂອງວິລະ ຊົນແຫ່ງຊາດ), ສັນຍາລັກ (ຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກຂອງລາດຊະວົງ) ຫຼືຮູບພາບຕ່າງໆ (ເຊັ່ນວ່າຮູບ ພາບທີ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສາດສະໜາ) ໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ ມີການຄ້າຂາຍໃນຕະຫລາດນັ້ນ ຖືວ່າ ມັນເປັນການລ່ວງລະເມີດແລະຂັດກັບນະ�โยบาย สาทาละนะ, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບร้อยของสาทาละนะ ຫຼື ບັນດາຫຼັກການທີ່ເປັນທີ່ ຍອມຮັບທາງສິນລະທຳ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ 'BUDDAH BAR' ແມ່ນບໍ່ຖືກຕ້ອງໃນ ປະເທດອິນโดเนเซียและถือปฏิเสธในประเทศฟิลิปปิน ຍ້ອນເຫດຜົນຂອງລະບຽບ ສາທາລະນະທີ່ຢູ່ບົນພື້ນຖານຂອງເຄົາລົບ ຄວາມຮູ້ສຶກທາງພຸດທະສາສະໜາໃນໝູ່ ຊຸມຊົນທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງໃນປະເທດເຫຼົ່ານັ້ນ.[137]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນໄດ້ຖືກປະຕິເສດໃນ ປະເທດອິນโดเนเซียและในประเทศมาเลเซียตามลำดับ, ກໍ່ຍ້ອນວ່າພວກມັນຂັດກັບກົດ ລະບຽບທີ່ມີຢູ່ທົ່ວໄປທາງສິນລະທຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສາດສະໜາ ເຊິ່ງເປັນການກະທຳຜິດຕໍ່ຄວາມ ຮູ້ສຶກຂອງຊາວມຸດສະລິມ ແລະ ບົດເບືອນສິນຂອງສາດສາໜານາອິດສະລາມ:[138]

ສຳລັບສິນຄ້າໃນໝວດ 25 ຂອງການຈັດໝວດສິນຄ້າແບບນິສ

[137] ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຮັບຈາກສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດອິນโดเนเซียและฟิลิปปิน, ຕາມລຳດັບ.

[138] ຕົວຢ່າງ, ຕາມລຳດັບ,ທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນโดเนเซียและมาเลเซีย.

ใช้สำลับเบย, น้ำดื่มแร่ทาดและน้ำดื่มอัดอากาดและเถื่องดื่มที่บ่มีทาดเญื้า, เถื่องดื่มน้ำหมากไม้และน้ำหมากไม้เข้มข้น, น้ำหวานไซรับปและการกะกรูมอื่นๆ สำลับเธัดเถื่องดื่ม - ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ *03013458.*

ຢູ່ປະເທດໄທ, ສັນຍາລັກຕໍ່ໄປນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຮູບເຈົ້າແມ່ກວນອິມໄດ້ຖືກປະຕິເສດ ສຳລັບການຈົດທະບຽນຍ້ອນເຫດຜົນທີ່ກ່ຽວກັບຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍໃນສັງຄົມ. ໃນ ວັດທະນະທຳຈີນແລະໃນບັນດາປະເທດອາຊີຕາເວັນອອກຕ່າງໆນັ້ນ, ເຈົ້າແມ່ກວນອິມ ໄດ້ຮັບ ຄວາມນັບຖືໃຫ້ດັ່ງເປັນເທບທິດາ. ການຈົດທະບຽນຮູບປັ້ນເຈົ້າແມ່ກວນອິມໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້ານັ້ນ ຖືວ່າມັນຂັດກັບນະ�โยบายสาทาละนะ:[139]

ໃນປະເທດອິນโดเนเซย, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນໂດຍ ອີງໃສ່ບົນພື້ນຖານຄວາມເປັນລະບຽບຂອງສາທາລະນະ, ເພາະວ່າສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວສາມາດເຊື່ອມ ໂຍງກັບການບໍລິການທາງໄປສະນີຢ່າງເປັນທາງການໃນປະເທດນັ້ນ (ໃນອິນโดเนเซย ຄຳວ່າ 'Kantor Pos' ນັ້ນໝາຍຄວາມວ່າ 'ຫ້ອງການໄປສະນີ'):

ใช้สำลับการบำลิการในร้านอาหาร
[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນโดเนเซย]

[139] ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

ເຫດຜົນທາງດ້ານສິນລະທຳນັ້ນ ປະກອບດ້ວຍມາດຕະຖານທາງດ້ານຈັນຍາບັນແລະເປັນທີ່ຍອມຮັບຂອງສັງຄົມ, ຕາມການຍອມຮັບ ຫຼື ການປະຕິບັດທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ວັດທະນະທຳ, ອີງໃສ່ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງປະຊາຊົນໃນປະເທດນັ້ນໆ. ເພາະສະນັ້ນແລ້ວ, ການປະເມີນຂອງບັນດາເຫດຜົນພື້ນຖານທີ່ໃຊ້ໃນການປະຕິເສດເຫຼົ່ານີ້ອາດຈະມີຫຼາຍຂຶ້ນ, ແຕ່ນັກກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຄວນພະຍາຍາມນຳໄປໃຊ້ໃຫ້ມັນເປັນໄປໄດ້ຕາມຈຸດປະສົງທີ່ຄວນເປັນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຢູ່ຫວຽດນາມ,ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໄດ້ຖືກປະຕິເສດຍ້ອນເຫດຜົນທາງຈັນຍາບັນທາງສັງຄົມ:

NUDE

ຄຳຮ້ອງ ເລກທີ 4-2012-04183
[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຫວຽດນາມ]

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ໃນປະເທດໄທ, ການຈົດທະບຽນຂອງສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ໄດ້ຖືກປະຕິເສດ. ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວເປັນການສະແດງອອກທີ່ຫຍາບຄາຍຂອງນິ້ວກາງທີ່ຊີ້ຂຶ້ນ. ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວຖືກຖືວ່າຂັດຕໍ່ສິນລະທຳ:[140]

ໃຊ້ສຳລັບເສື້ອ (ເສື້ອຜ້າ)

ກ່ຽວກັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນທີ່ອີງໃສ່ບົນພື້ນຖານນະ�โยบายสาธารณะ, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ ຫຼື ສິນລະທຳ ນັ້ນ, ປະເທດໃດປະເທດໜຶ່ງ ອາດຈະນຳມາດຕະຖານທີ່ເໝາະສົມກວ່າມາໃຊ້. ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍອະນຸຍາດນັ້ນ, ນັກກວດສອບອາດຈະຄັດຄ້ານຕໍ່ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ, ສະເພາະໃນກໍລະນີທີ່ມີການພິຈາລະນາວ່າ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໃນທາງການຄ້າ ສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ນັ້ນ, ຈະໄປຂັດກັບນະ�โยบายสาธารณะ, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ ຫຼື ສິນລະທຳ. ສິ່ງນີ້ອາດຈະມີປະໂຫຍດໃນການຫຼຸດຜ່ອນຂອບເຂດ

[140] ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

ສຳລັບການປະເມີນແລະຫລີກລ້ຽງຄວາມຈຳເປັນໃນການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບນະໂຍບາຍ ຫຼື ສິນລະທຳຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ມີຕົວຕົນ.

5.2.2 ຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ

ໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການປະຕິເສດທີ່ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ຕໍ່ການຈົດທະບຽນໂດຍເຫດຜົນທີ່ກ່ຽວກັບນະໂຍບາຍສາທາລະນະ, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຫຼືສິນລະທຳນັ້ນ, ມັນຄວນຈະໄດ້ຮັບການຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ທັງສົນທິສັນຍາປາຣີ (ມາດຕາ 7) ແລະຂໍ້ຕົກລົງທຣິບສ (ມາດຕາ 15.4) ໄດ້ໃຫ້ໃນສິ່ງທີ່ຈະກ່າວດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

> *"ລັກສະນະຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ນັ້ນຈະບໍ່ເປັນອຸປະສັກຂັດຂວາງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ບໍ່ວ່າຈະຢູ່ໃນກໍລະນີໃດກໍ່ຕາມ."*

ໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຂັ້ນຕອນການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ, ຂໍ້ກຳນົດດັ່ງກ່າວໄດ້ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈໃນຄວາມໝາຍວ່າ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ບໍ່ຄວນຖືກປະຕິເສດພຽງແຕ່ມີເຫດຜົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບລັກສະນະຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ລວມມີຢູ່ໃນເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ.[141]

ໃນພາກການປະຕິບັດ, ສິ່ງນີ້ຈະປ້ອງກັນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນໂດຍເຫດຜົນໃດໜຶ່ງ, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງທີ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການບາງຢ່າງຫຼືທັງໝົດທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນຄຳຮ້ອງ ບໍ່ສາມາດຜະລິດ, ນຳເຂົ້າ, ແຈກຢາຍ ຫຼືນຳໄປຄ້າຂາຍພາຍໃນປະເທດນັ້ນໆທີ່ໄດ້ມີການຍື່ນຄຳຮ້ອງໄວ້, ຖ້າຫາກວ່າ ອຸປະສັກດັ່ງກ່າວແມ່ນຍ້ອນມາຈາກຂໍ້ຈຳກັດດ້ານກົດໝາຍ ຫຼື ການບໍລິຫານບາງປະການ ທີ່ໄດ້ບັງຄັບໃຊ້ໃນຊ່ວງເວລາທີ່ຢູ່ໃນປະເທດນັ້ນໆ.

ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນ, ມັນເປັນປົກກະຕິທີ່ກົດໝາຍແຫ່ງຊາດທີ່ຈະກຳນົດ - ໂດຍສະເພາະຢ່າງ

---

[141] ຍົກຕົວຢ່າງ, ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດ ໃນ ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອັສ. 23 ວັກສຸດທ້າຍ, ແລະ ຄຳຕັດສິນໃຈ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 45 ວັກສຸດທ້າຍ; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.3. ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 7, ຂໍ້ 1:

"ມັນມີຄຳຖາມທີ່ວ່າ ບໍ່ວ່າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ ເຊິ່ງການຄຸ້ມຄອງເປັນທີ່ຕ້ອງການຫຼືບໍ່ສາມາດຕອບສະຫນອງໃຫ້ໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍໃນຕະຫຼາດຂອງປະເທດສະມາຊິກໃດໜຶ່ງແມ່ນບໍ່ກ່ຽວກັນ [...]":

ຍິ່ງ, ແມ່ນເຫດຜົນດ້ານຄວາມປອດໄພ, ສຸຂະພາບແລະຄວາມຫມັ້ນຄົງທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ - ຜະລິດຕະພັນ (ຫຼືການບໍລິການ) ບາງຢ່າງ ຕ້ອງໄດ້ຮັບການອະນຸມັດຕາມຂໍ້ບັງຄັບຫຼືລະບຽບການ ອະນຸຍາດທາງການຕະຫຼາດ ກ່ອນທີ່ຈະສາມາດທຳການຜະລິດ ຫຼື ນຳເຂົ້າຈຳຫນ່າຍ, ການນຳເຂົ້າ, ການແຈກຢາຍ ຫຼື ນຳມາຄ້າພາຍໃນປະເທດ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງອາດຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ໃນປະເທດໃດ ໜຶ່ງກ່ຽວກັບການນຳເຂົ້າ ແລະ ການແຈກຈ່າຍຜະລິດຕະພັນບາງຢ່າງ ຫຼື ການໃຫ້ການບໍລິການບາງ ຢ່າງ, ທີ່ຖືກຈຳກັດ ຫຼື ຖືກເກືອດຫ້າມໂດຍກົດໝາຍ.

ໃນກໍລະນີດັ່ງກ່າວ, ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍອັນໜຶ່ງ ຄວນຖືວ່າເປັນເລື່ອງທີ່ແຍກອອກຈາກ ກັນຕ່າງຫາກ ຈາກການຜະລິດ, ການນຳເຂົ້າ, ການຈັດຈຳໜ່າຍ ຫຼື ການຄ້າຂາຍສິນຄ້າ ຫຼື ການ ບໍລິການທີ່ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວທີ່ຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ ທີ່ກໍລະນີທຳອິດອາດຈະໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ, ເຖິງແມ່ນວ່າກໍລະນີຫລັງນີ້ຈະບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ.

ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ ເຄື່ອງໝາຍວ່າດັ່ງກ່າວ ກໍ່ຄວນຖືວ່າມັນສາມາດນຳໄປຈົດທະບຽນໄດ້ຖ້າ ມັນບໍ່ໄປກະທົບກັບເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນ ຫຼື ເຫດຜົນທີ່ໃຊ້ປຽບທຽບສຳລັບການປະຕິເສດ, ເຖິງ ແມ່ນວ່າຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວຈະຖືກຜະລິດ, ນຳເຂົ້າ, ແຈກຢາຍຫຼືນຳໄປຄ້າຂາຍກໍ່ຕາມ ຫຼື ການ ບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍນີ້ໄດ້ນຳໃຊ້ນັ້ນ ຢູ່ພາຍໃຕ້ການອະນຸຍາດຕາມກົດຂໍ້ລະບຽບບັງຄັບກ່ອນ ຫຼື ຖືກຫ້າມໂດຍກົດໝາຍແລະເຖິງແມ່ນວ່າໃນເວລາຈົດທະບຽນ, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວອາດຈະບໍ່ ສາມາດຖືກນຳໄປໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄ້າໃນປະເທດທີ່ຕົນໄດ້ຈົດທະບຽນ.

ມັນຕ້ອງໄດ້ຮັບການເຕືອນອີກເທື່ອໜຶ່ງໃນເລື່ອງນີ້ວ່າ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍຈະໃຫ້ມີ ສິດພຽງແຕ່ຍົກເວັ້ນບຸກຄົນທີສາມຈາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍເທົ່ານັ້ນ. ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງ ໝາຍດັ່ງກ່າວບໍ່ໄດ້ໃຫ້ສິດແກ່ຜູ້ທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນແລ້ວ ໃນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໃນການ ຄ້າ.

6. ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ

6.1 ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ

6.1.1 ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່

ການຮັບຮູ້ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ແມ່ນພັນທະສາກົນທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ສົນທິສັນຍາປາຣີ (ມາດຕາ 7bis) ແລະ ຂໍ້ຕົກລົງ TRIPS (ໂດຍອ້າງອີງໃສ່ສົນທິສັນຍາປາຣີໃນ ມາດຕາ 2.1).[142]

*ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່*ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍອັນໜຶ່ງທີ່ມີເຈົ້າຂອງເປັນອົງກອນ "ລວມໝູ່" ທີ່ມີຈຸດປະສົງເພື່ອໃຫ້ໄດ້ນຳໃຊ້ໂດຍສະມາຊິກຫມົດທຸກຄົນຂອງອົງກອນນັ້ນ ຫຼື ຕາມໝວດໝູ່ຂອງບັນດາສະມາຊິກເຫຼົ່ານັ້ນ ທີ່ກຳນົດໄວ້. ອົງກອນລວມທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງເຄື່ອໝາຍລວມໝູ່ທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນນັ້ນ ອາດຈະເປັນສະມາຄົມຂອງຜູ້ຜະລິດ, ສະຫະກອນຂອງຜູ້ຜະລິດ, ອົງການສະຫະພັນຂອງຜູ້ຈຳໜ່າຍຂະໜາດນ້ອຍ, ສະພາການຄ້າ, ຫຼືສະຫະພັນອຸດສາຫະກຳ.[143]

ອົງການຈັດຕັ້ງ "ລວມໝູ່" ທີ່ຈົດທະບຽນສຳລັບເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ນັ້ນ ຕ້ອງມີສະມາຊິກສອງຄົນຫຼືຫຼາຍກວ່ານັ້ນທີ່ໄດ້ຮ່ວມແບ່ງປັນຈຸດປະສົງຫຼືຄວາມສົນໃຈທາງການຄ້າຮ່ວມກັນແລະຕັ້ງໃຈນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ນີ້ ເພື່ອຈຳແນກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງຕົນໃນແງ່ຂອງຄວາມພະຍາຍາມຮ່ວມກັນ. ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ນັ້ນແມ່ນມີຈຸດປະສົງຕົ້ນຕໍ ສຳລັບການທີ່ຈະນຳໄປໃຊ້ໂດຍ*ສະມາຊິກ*ຂອງອົງການຈັດຕັ້ງລວມຫມູ່, ບໍ່ແມ່ນໂດຍອົງການທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງ. ການດຳເນີນການແມ່ນຄ້າຍຄືກັບຮູບແບບ "ສະໂມສອນ" ຂອງຜູ້ຜະລິດ, ຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ພໍ່ຄ້າທີ່ສະມາຊິກໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ຂອງ "ສະໂມສອນ" ຕາມເງື່ອນໄຂທີ່ໄດ້ ກຳນົດໄວ້.

---

[142] ມາດຕາ 7 bis ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີ ກ່າວວ່າ:

(1) ບັນດາປະເທດຂອງສະຫະພັນການຄ້າຍອມຮັບໃນການຍື່ນฟ້ອງແລະຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ທີ່ມີຢູ່ ເຊິ່ງບໍ່ຂັດກັບກົດໝາຍຂອງປະເທດຕົນກຳເນີດ, ເຖິງແມ່ນວ່າສະມາຄົມດັ່ງກ່າວ ບໍ່ມີມີການສ້າງອຸດສາຫະກຳ ຫຼື ການຄ້າກໍ່ຕາມ.

(2) ແຕ່ລະປະເທດຈະເປັນຜູ້ຕັດສິນໃຈໃນເງື່ອນໄຂສະເພາະໃດໜຶ່ງ ທີ່ຈະໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງຈາກເຄື່ອງໝາຍ ລວມ ແລະອາດຈະປະຕິເສດການຄຸ້ມຄອງນັ້ນ ຖ້າຫາກວ່າເຄື່ອງໝາຍນັ້ນຈັດຕໍ່ຜົນປະໂຫຍດສາທາລະນະ [...].

[143] ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 50 ແລະ ຕາຕະລາງ ທີ່ 1 – 'ເຄື່ອງໝາຍຮ່ວມ'; ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 2(ບີ) ແລະ 17, ດຳລັດຍ່ອຍເລກທີ່ 46 ປີ 2009, ເອອາຣ์ທີ. 23, ຄູ່ມື ທີເອັມຫນ້າ 22 to 25; ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ์ທີ. 1.4, ແລະ 46;ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 3.11, ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ์ທີ. 20, ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 21 ແລະ 22; ເອັມວາຍ; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 2.ເອັມ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 121.2 ແລະ 167, ລະບຽບການ ອາຣ์. 101.ບີ); ເອັສຈີ ທີເອັມ ເອ ເອັສ. 60 ແລະ ຕາຕະລາງທີ່ 1, ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 15 'ເຄື່ອງໝາຍຮ່ວມ'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 – 'ເຄື່ອງໝາຍຮ່ວມ' ແລະ 94; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 4.17, 87.3 ແລະ 105.4. ນອກຈາກນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 15.

6.1.2 ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ

ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຂອງນິຕິບຸກຄົນທີ່ "ຢັ້ງຢືນ", ເຊິ່ງໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ ກໍ່ແມ່ນບໍລິສັດ, ອົງການຈັດຕັ້ງ, ຫຼື ອົງກອນສາທາລະນະ. ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນແມ່ນໃຊ້ໃນການເຊື່ອມຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການ ເພື່ອຊີ້ບອກໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກວ່າ ຜູ້ທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ໄດ້ 'ຢັ້ງຢືນ'ว່າ ສິນຄ້າແລະການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ ຕອບສະໜອງເປັນໄປຕາມມາດຕະຖານຂອງຄຸນນະພາບ, ຄວາມປອດໄພ, ຄວາມເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມ, ຫຼື ລັກສະນະອື່ນໆ ທີ່ປະຊາຊົນຜູ້ຊົມໃຊ້ໃຫ້ຄຸນຄ່າ ຫຼື ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍ.

ເຊັ່ນດຽວກັນກັບເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່, ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນນັ້ນ ໄດ້ຖືກຈົດທະບຽນໃຫ້ນຳໄປໃຊ້ໂດຍບຸກຄົນອື່ນ ທີ່ນອກເໜືອໄປຈາກຜູ້ຖືທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນແລ້ວ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຜູ້ທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ ມັກຈະມີຄວາມພົວພັນຕາມສັນຍາໄລຍະຍາວກັບເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນແລະສະຖານະພາບຂອງລາວກໍ່ແມ່ນຄ້າຍຄືກັນກັບຜູ້ທີ່ມີໃບອະນຸຍາດ.

ເຊິ່ງອັນນີ້ ມັນບໍ່ຄືກັນກັບເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່, ການຂຶ້ນທະບຽນເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ຢູ່ພາຍໃຕ້ກຳນົດຂອງສິນທິສັນຍາສາກົນໃດໆເລີຍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ເປັນທີ່ຍອມຮັບແລະສາມາດຈົດທະບຽນພາຍໃຕ້ກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແຫ່ງຊາດຫຼາຍສະບັບ.[144]

6.2 ເງື່ອນໄຂສະເພາະ ສຳລັບການກວດສອບເນື້ອໃນ

ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ແລະເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ ຈະໄດ້ຮັບການປະຕິບັດແລະກວດສອບແບບດຽວກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນມາດຕະຖານທົ່ວໄປທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບບັນດາເຫດຜົນຕ່າງໆທີ່ສາມາດນຳໃຊ້ໃນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ.[145]

---

[144] ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 52, ຕາຕະລາງທີສອງ – 'ເຄື່ອງໝາຍຮັບຮອງ'; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 3.12, ຂໍ້ຕົກລົງ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 21; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 56; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ 2.ເອັນ); ເອັສຈີ ທີ ເອັມເອ ເອັສ. 61 ແລະ ຕາຕະລາງທີສອງ, ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 16 'ເຄື່ອງໝາຍຮັບຮອງ'; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 4 – 'ເຄື່ອງໝາຍ ຮັບຮອງ', 82 ແລະ 84; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 4.18, 87.4 ແລະ 105.5, ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 37.6.

[145] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 16.

ສິ່ງນີ້ກໍ່ແມ່ນລວມທັງກໍລະນີທີ່ສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ສະເໜີເພື່ອໃຫ້ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນນັ້ນ, ແມ່ນການເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດເຖິງລັກສະນະ ຫຼື ຄວາມສຳຄັນຂອງເຄື່ອງໝາຍ, ດັ່ງທີ່ຂະແໜງການໃນສັງຄົມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງອາດຈະຮັບຮູ້ໄດ້. ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ຖ້າເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນນັ້ນ ປະກອບໄປດ້ວຍສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍທີ່ອາດຈະຖືກເບິ່ງໃນເວລາທີ່ນຳໄປໃຊ້ນັ້ນວ່າ ມັນແຕກຕ່າງໄປຈາກເຄື່ອໝາຍລວມໝູ່ຫຼືເຄື່ອງໝາຍການຢັ້ງຢືນ, ສິ່ງນີ້ຄວນກໍ່ໃຫ້ເກີດມີການສະແດງການຄັດຄ້ານຈາກນັກກວດສອບ.

ນອກເໜືອໄປຈາກເຫດຜົນແບບປົກກະຕິຂອງການປະຕິເສດນັ້ນ, ຈຸດສະເພາະດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຍັງຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາໂດຍສະເພາະຈາກນັກກວດສອບເພື່ອຈຸດປະສົງຂອງການກວດສອບທີ່ສຳຄັນຂອງເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ແລະເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ:

- ການອະທິບາຍທາງພູມສາດ,
- ຂໍ້ບັງຄັບລະບຽບການໃນການໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ, ແລະ
- ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນໂດຍເຈົ້າຂອງທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນແລ້ວ.

6.2.1 ການອະທິບາຍທາງພູມສາດ

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ອະທິບາຍເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດຫຼືແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິ ການທີ່ມັນຈະຖືກນຳໄປໃຊ້, ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ ແມ່ນບໍ່ສາມາດຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ (ເບິ່ງຂໍ້ທີ່ 2.3.6 ຂ້າງເທິງ).

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ບັນດາສະມາຄົມແລະສະຫະກອນຂອງຜູ້ຜະລິດຫຼາຍແຫ່ງທີ່ດຳເນີນງານໃນຂົງເຂດພູມສາດສະເພາະໃດໜຶ່ງ ຫຼືສະຖານທີ່ອື່ນໆນັ້ນ ໃຊ້ສັນຍາລັກທົ່ວໄປເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ສິນຄ້າຂອງພວກເຂົາມີລັກສະນະຮ່ວມກັນບາງຢ່າງ, ໂດຍສະເພາະໃນແງ່ຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດ. ສັນຍາລັກເຫຼົ່ານີ້ ອາດຈະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນໂດຍຜູ້ຜະລິດເຫຼົ່ານັ້ນເປັນ *ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່* ທີ່ໃຊ້ສຳລັບອ້າງອີງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດ.

ເພື່ອອະນຸຍາດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍປະເພດນີ້ສາມາດຈົດທະບຽນໄດ້ນັ້ນ, ຈະຕ້ອງກຳນົດຂໍ້ຍົກເວັ້ນທີ່ມີຕໍ່ເຫດຜົນແບບມາດຕະຖານຂອງການປະຕິເສດໂດຍອີງໃສ່ລັກສະນະ*ພູມສາດຂອງເຄື່ອງໝາຍ*. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງບໍ່ຄວນຄັດຄ້ານເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍຫຼືປະກອບມີ ຄຳສັບທາງພູມສາດ ຫຼື ອົງປະກອບທາງພູມສາດອື່ນໆທີ່ຢູ່ບົນພື້ນຖານຂອງຄຳອະທິບາຍທາງພູມສາດ. ດ້ວຍເຫດນີ້, ຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນນັ້ນ ກໍ່ຄວນລະບຸວ່າ ມີການຮ້ອງຂໍການຈົດທະບຽນສຳລັບ

ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ ແລະຜູ້ຮ້ອງຂໍນັ້ນເປັນອົງກອນທີ່ໄດ້ຕົວລວມເຂົ້າກັນ.

ຖ້າສັນຍາລັກນັ້ນສາມາດໃຫ້ການອະທິບາຍບອກຄວາມໝາຍ ໃນລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ທີ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງໄປຈາກແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດຂອງມັນນັ້ນ, ມັນກໍ່ຄວນຈະຖືກຄັດຄ້ານດ້ວຍເຫດຜົນແບບປົກກະຕິສຳລັບ ການປະຕິເສດ.

ກ່ຽວກັບ*ເຄື່ອງໝາຍການຢັ້ງຢືນ*ນັ້ນ, ອົງການການຈັດຕັ້ງຂອງແຕ່ລະຜູ້ຜະລິດແລະບໍລິສັດແຕ່ລະບ່ອນ, ລວມທັງ ອົງການຈັດຕັ້ງຂອງລັດທີ່ເປັນຜູ້ຢັ້ງຢືນນັ້ນ, ນຳໃຊ້ສັນຍາລັກເຄື່ອງໝາຍແບບພິເສດ ເພື່ອຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໃດໜຶ່ງໄດ້ຖືກກວດກາໄປແລ້ວ ເພື່ອໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບລັກສະນະສະເພາະໃດໜຶ່ງຂອງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດ. ສັນຍາລັກເຫຼົ່ານັ້ນອາດຈະໄດ້ຖືກຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ. ເມື່ອເປັນດັ່ງນັ້ນແລ້ວ ຖ້າຄຳຮ້ອງຈົດທະບຽນກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ, ຂໍ້ຍົກເວັ້ນກໍ່ກໍ່ຕ້ອງຖືກກຳນົດ ເພື່ອປ້ອງກັນການປະຕິເສດ.

ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ ທີ່ມີ ຫຼື ລວມມີ ທັງຄຳສັບທາງພູມສາດ ຫຼື ອົງປະກອບທາງພູມສາດອື່ນໆ ບໍ່ຄວນຈະຖືກຄັດຄ້ານໂດຍອີງໃສ່ຄຳອະທິບາຍລາຍລະອຽດທາງດ້ານພູມສາດ. ດ້ວຍເຫດນີ້, ໃນຄຳຮ້ອງນັ້ນ ກໍ່ຄວນລະບຸວ່າ ການຮ້ອງຂໍການຈົດທະບຽນນັ້ນ ແມ່ນເພື່ອສຳລັບເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ.

6.2.2 ກົດລະບຽບໃນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ

ໃນການຂໍຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ແລະເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນນັ້ນ ຕ້ອງຍື່ນກົດລະບຽບທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ, ເຊິ່ງອາດຈະປະກອບມີ ຫຼື ອ້າງອີງເຖິງຂໍ້ກຳນົດບາງຢ່າງທີ່ກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການແລະວິທີການຕ່າງໆທີ່ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວອາດຈະຖືກນຳໄປໃຊ້.

ນັກກວດສອບຄວນກວດກາເບິ່ງວ່າ ລະບຽບການນຳໃຊ້ນັ້ນ ໄດ້ຖືກຍື່ນແລະທົບທວນຄືນຫຼືຍັງ ເພື່ອໃຫ້ມັນຕອບສະໜອງກັບຈຸດປະສົງຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ລະບຽບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ແມ່ນຄາດວ່າຈະໃຫ້ໂຄງສ້າງ ຫຼື ລະບົບບາງຢ່າງສຳລັບຜູ້ຖືທະບຽນເພື່ອຄວບຄຸມການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍໂດຍສະມາຊິກຂອງອົງກອນທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງ.

ກ່ຽວກັບ*ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່*ທີ່ຖືກນຳໄປໃຊ້ເພື່ອຊີ້ບອກເຖິງແຫຼ່ງທີ່ມາທາງພູມສາດຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ລະບຽບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ກໍ່ຄວນສະແດງໃຫ້ເຫັນເງື່ອນໄຂທີ່ຜູ້ນຳໄປໃຊ້ແລະສິນຄ້ານັ້ນ ກໍ່ຕ້ອງປະຕິບັດຕາມ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວກໍ່ແມ່ນ 'ການເຊື່ອມໂຍງທີ່

ມີຄຸນນະພາບ' ລະຫວ່າງ ສິນຄ້າແລະທີ່ຕັ້ງພູມສາດຂອງພວກມັນ.

ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍໄດ້ກຳນົດໄວ້ແລ້ວ, ລະບຽບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ນັ້ນ ກໍ່ຄວນມີໃຫ້ບຸກຄົນອື່ນທີ່ໄດ້ຜະລິດຢູ່ໃນສະຖານທີ່ຕັ້ງທາງພູມສາດອັນດຽວກັນ ແລະ ປະຕິບັດຕາມ ຂໍ້ກຳນົດທາງຄຸນລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນນັ້ນ, ອາດຈະກາຍເປັນສະມາຊິກຂອງອົງການຈັດຕັ້ງລວມໝູ່ ຫຼື ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍລວມໝູ່ພາຍໃຕ້ການຈັດການແບບສະເພາະ. ເງື່ອນໄຂນີ້ແມ່ນແນໃສ່ເພື່ອຫລີກລ້ຽງສະຖານະການທີ່ຜູ້ຜະລິດໃນທ້ອງຖິ່ນບາງຈຳນວນ ຈາກພື້ນທີ່ສະເພາະໃດໜຶ່ງຂອງການຜະລິດ, ຈະຖືກຍົກເວັ້ນຈາກການນຳໃຊ້ຊື່ທາງພູມສາດຂອງສະຖານທີ່ການຜະລິດຂອງພວກເຂົາ, ເຊິ່ງພວກເຂົາຈະໄດ້ດຳເນີນການການຄ້າ ຕາມປົກກະຕິ ດ້ວຍຄວາມຈິງໃຈ.

ສຳລັບ*ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ*ທາງດ້ານພູມສາດນັ້ນ, ຖ້າກົດໝາຍກຳນົດ, ນັກກວດສອບຕ້ອງໄດ້ກວດຄືນ ລະບຽບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ ເພື່ອຮັບປະກັນວ່າ ບໍ່ມີຂໍ້ກຳນົດໃດໆທີ່ຈະໄປຈຳແນກແບ່ງແຍກ ຫຼື ເລືອກປະຕິບັດກັບຜູ້ຜະລິດບາງຈຳພວກ. ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ຜູ້ຜະລິດໃນທ້ອງຖິ່ນທີ່ດຳເນີນງານຢູ່ໃນເຂດທີ່ຕັ້ງພູມສາດທີ່ໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ແລະປະຕິບັດຕາມເງື່ອນໄຂອື່ນໆທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ ສຳລັບການຢັ້ງຢືນພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ກໍ່ຄວນຈະໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວນັ້ນໄດ້.

<u>6.2.3 ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນໂດຍເຈົ້າຂອງທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ</u>

ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍໄດ້ກຳນົດໄວ້, ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານ ການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນ, ຖ້າຫາກว່າຄຳຮ້ອງໄດ້ລະບຸໄວ້ວ່າ ບຸກຄົນທີ່ມີຊື່ໃນການຈົດທະບຽນແມ່ນຈຳເປັນຕ້ອງດຳເນີນກິດຈະກຳ ຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຜະລິດ ຫຼື ການສະໜອງຈັດຫາສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການໃນແບບທີ່ຈະໄດ້ຮັບການຢັ້ງຢືນພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ.

ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈກັນໂດຍທົ່ວໄປວ່າ ເຄື່ອງໝາຍຢັ້ງຢືນຄວນຖືກນຳໄປໃຊ້ເພື່ອຊີ້ບອກວ່າ ຜູ້ຖືເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ໄດ້ປະເມີນຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການຂອງບຸກຄົນທີສາມໂດຍອິດສະຫຼະ. ການປະເມີນສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການຈະໝົດໄປ ຖ້າຫາກຜູ້ຖືເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວເຂົ້າໃນຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການຂອງພວກເຂົາ.

------- o -------

ຄຳເຕືອນຂໍ້ຈຳກັດຄວາມຮັບຜິດຊອບ:

"ສິ່ງຕີພິມເຫລັ້ມນີ້ ໄດ້ຖືກຈັດສ້າງຂຶ້ນໂດຍໄດ້ຮັບການຊ່ວຍເຫຼືອຈາກສະຫະພາບເອີຣົບ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄວາມຮັບຜິດຊອບຕໍ່ເນື້ອໃນຂອງສິ່ງຕີພິມນີ້ແມ່ນລ້ວນແຕ່ແມ່ນຂຶ້ນກັບຜູ້ຂຽນເອງທັງໝົດ. ສິ່ງຕີພິມເຫລັ້ມນີ້ ແມ່ນບໍ່ສາມາດຖືກນຳມາໃຊ້ເພື່ອສະເໜີຈຸດຢືນ, ທັດສະນະຄະຕິ ຫຼື ມຸມມອງຂອງສະຫະພາບເອີຣົບໄດ້ສະເຫນີໄປ

ພາກທີ 2

ເຫດຜົນປຽບທຽບສຳລັບການປະຕິເສດ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

ສາລະບານ

ຕົວຫຍໍ້ທີ່ໃຊ້ໃນຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ 190

ເຫດຜົນປຽບທຽບສຳລັບການປະຕິເສດ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 192

1. ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ 192

2. ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້າ 195

2.1 ສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນ 195

2.2 ການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ 196

2.2.1 ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ 196

2.2.2 ການປຽບທຽບສັນຍາລັກ 199

2.2.2.1 ເອກະລັກຂອງສັນຍາລັກ 200

2.2.2.2 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກ 202

2.2.2.2.1 ການປຽບທຽບໂດຍການເບິ່ງເຫັນ 204

ສັນຍາລັກແບບຄຳສັບ 204

2.2.2.2.2 ການປຽບທຽບການອອກສຽງ 210

2.2.2.2.3 ການປຽບທຽບອົງປະກອບລວມ 214

ສັນຍາລັກທີ່ມີເນື້ອ ໃນເຊີງຄວາມໝາຍ 214

ປັດໃຈຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການປຽບທຽບແນວຄວາມຄິດ 215

2.2.2.3 ອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະ ແລະ ຈຸດດ້ອຍ ຂອງສັນຍາລັກ 220

2.2.2.4 ປັດໄຈອື່ນທີ່ເຮັດໃຫ້ສັນຍາລັກມີລັກສະນະສະເພາະເພີ່ມຂຶ້ນ 226

2.2.3 ການປຽບທຽບສິນຄ້າແລະການບໍລິການ 228

2.2.3.1 ຄວາມໝາຍຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັນ 228

2.2.3.2 ການຈັດໝວດສິນຄ້າແລະການບໍລິການ 232

2.2.3.3 ເອກະລັກຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ 234

2.2.3.4 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ 238

2.2.3.4.1 ຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ 239

2.2.3.4.2 ຈຸດປະສົງແລະວິທີການການນຳໃຊ້ສິນຄ້າແລະການບໍລິການ 240

2.2.3.4.3 ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ ທີ່ເສີມກັນ 241
2.2.3.4.4 ການແຂ່ງຂັນລະຫວ່າງ ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ 242
2.2.3.4.5 ຊ່ອງທາງການກະຈາຍ ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ 242
2.2.3.4.6 ສາທາລະນະຊົນ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງ ສິນຄ້າ ແລະການບໍລິການ 243
2.2.3.4.7 ຕົ້ນກຳເນີດ, ຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ສະໜອງ ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ 243
2.2.4 ສາທາລະນະຊົນ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ 245
2.2.4.1 ກຸ່ມຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ 245
2.2.4.2 ຄວາມກ່ຽວພັນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ໃນການກຳນົດສິ່ງທີ່ຈະກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ 247
2.2.4.2.1 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງ ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ 247
2.2.4.2.2 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກ 248
2.2.4.2.3 ລັກສະນະສະເພາະຂອງສັນຍາລັກ 248
2.2.4.3 ລະດັບຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ 249
2.2.5 ປັດໃຈອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ 250
2.2.5.1 ກຸ່ມຂອງເຄື່ອງໝາຍແລະຊຸດເຄື່ອງໝາຍ 251
2.2.5.2 ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໄດ້ເກີດມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງໃນປະເທດ 253
2.2.5.3 ການຕັດສິນໃຈກ່ອນໜ້ານີ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍຄືກັນ ຫຼື ຄ້າຍຄືກັນ 254
2.2.6 ການປະເມີນຂອງສາກົນກ່ຽວກັບການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ 255
2.2.6.1 ຄວາມຈຳເປັນສຳລັບການປະເມີນຂອງສາກົນ 255
2.2.6.2 ຫຼັກການຂອງການເພິ່ງພາອາໄສກັນຂອງປັດໃຈຕ່າງໆ 256

3. ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງ 259
3.1 ຂໍ້ພິຈາລະນາທົ່ວໄປ 259
3.2 ພັນທະໃນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ 261
3.3 ການກຳນົດວ່າເຄື່ອງໝາຍມີຊື່ສຽງຫຼືບໍ່ 263
3.3.1 ຂໍ້ເທັດຈິງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ 263
3.3.2 ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ 264
3.3.3 ຮູບແບບຂອງຫຼັກຖານ 266
3.4 ການກຳນົດ "ສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ" 267
3.4.1 ຂອບເຂດຂອງ "ສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ" 267

3.4.2 ການພິຈາລະນະນອກເໜືອຈາກສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ 269
3.5 ຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ຜົນປະໂຫຍດຂອງເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ 271
3.5.1 ປະເພດຂອງຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ 271
3.5.2 ຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ 272
3.5.3 ຄວາມເສັຍຫາຍຕໍ່ຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ 275
3.5.4 ການໃຊ້ *ປະໂຫຍດທີ່ບໍ່ເປັນທຳ* ຈາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ 276

4. ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້າ 279

5. ຖິ່ນກຳເນີດທີ່ມີມາກ່ອນ 282

6. ຊື່ການຄ້າ ແລະ ຊື່ຂອງໜ່ວຍງານອື່ນໆທີ່ມີກ່ອນໜ້າ 285
6.1 ຊື່ການຄ້າ ແລະ ຊື່ບໍລິສັດ 285
6.2 ຊື່ໜ່ວຍງານທີ່ບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລ 287
6.3 ຊື່ໂດເມນ 287

7. ສິດຊັບສິນທາງປັນຍາອື່ນໆທີ່ມີມາກ່ອນ 290
7.1 ແບບອຸດສາຫະກຳ 290
7.2 ຜົນງານທີ່ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງໂດຍລິຂະສິດ 291
7.2.1 ຜົນງານທີ່ລວມຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 291
7.2.2 ຊື່ຜົນງານ 292

8. ຊື່, ເອກະລັກ ແລະ ຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ຂອງບຸກຄົນ 295

9. ຊື່ແລະສັນຍາລັກຂອງຊຸມຊົນໃດໜຶ່ງ 298

10. ການຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນໂດຍຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ 301
10.1 ແນວຄວາມຄິດຂອງ 'ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ' 301
10.2 ປັດໃຈ ດ້ານຫຼັກຖານ ທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ 302
10.3 ຜົນກະທົບຂອງຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ຕໍ່ຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າ 306

ຕົວຫຍໍ້ທີ່ໃຊ້ໃນຄູ່ມືການກວດສອບເນື້ອໃນ

ປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ (ລະຫັດປະເທດ)

BN : ບຣູໄນດາຣຸສຊາລາມ
ID : ອິນໂດເນເຊຍ
KH : ກຳປູເຈຍ
LA : ສປປ ລາວ
MM : ມຽນມາ
MY : ມາເລເຊຍ
PH : ຟິລິບປິນ
SG : ສິງກະ�โป
TH : ໄທ
VN : ຫວຽດນາມ

ຕົວຫຍໍ້ອື່ນໆ

ECJ : ສານຍຸຕິທຳຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ (ສານຍຸຕິທຳເອີຣົບ)
EU : ສະຫະພາບເອີຣົບ
GI : ຖິ່ນກຳເນີດ
IPL : ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາ
NCL : ການຈັດໝວດສາກົນຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການເພື່ອຈຸດປະສົງຂອງການຈົດທະບຽນ ເຄື່ອງໝາຍ ໂດຍສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນພາຍໃຕ້ສັນຍາຂໍ້ຕົກລົງ Nice (ນິສ) ໃນປີ 1957 (ການຈັດຫມວດສາກົນນິສ).
Nice Classification : ການຈັດແບ່ງຫມວດສິນຄ້າແບບນິສທີ່ເປັນການຈັດແບ່ງຫມວດຫມູ່ສິນຄ້າລະຫວ່າງປະເທດແລະການບໍລິການເພື່ອຈຸດປະສົງຂອງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນມາພາຍໃຕ້ສັນຍາຂໍ້ ຕົກລົງ Nice (ນິສ) ໃນປີ 1957
EUIPO : ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງເອີຣົບ
EUIPO Guidelines : ຄູ່ມືໃນການກວດສອບຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳນັກງານຊັບ ສິນທາງປັນຍາຂອງເອີຣົບ (EUIPO), ເວີຊັ່ນ 1.1, 1 ເດືອນຕຸລາ 2017

EUTMIR : ຄະນະກຳມະການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດລະບຽບການສະບັບເລກທີ 2018/626 ຂອງວັນທີ 5 ມີນາ 2018, ລະບຽບການບັງຄັບໃຊ້ຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ເລກທີ 2017/1001.

EUTMR : ລະບຽບການ ສະບັບເລກທີ 2017/1001 ຂອງວັນທີ 14 ມິຖຸນາ 2017 ວ່າດ້ວຍລະບຽບການ ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ຂອງສະຫະພາບ ເອີຣົບ (ຂໍ້ກຳນົດລະບຽບການຄ້າຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ).

PARIS CONVENTION : ສົນທິສັນຍາປາຣີກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງຊັບສິນທາງ ອຸດສາຫະກຳທີ່ໄດ້ຮັບຮອງໃນ ປີ 1883, ແລະໄດຖືປັບປຸງຄັ້ງສຸດທ້າຍທີ່ ສະຕັອກໂຮມ ໃນປີ 1967.

SGT : ສົນທິສັນຍາສິງກະ�โปກ່ຽວກັບກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະກົດ ລະບຽບພາຍໃຕ້ສົນທິສັນຍາດັ່ງກ່າວໃນປີ 2006.

TMA : ຂໍ້ກຳນົດກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

TML : ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

TMR : ລະບຽບການກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຫຼືຂໍ້ບັງຄັບກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝ ายການຄ້າ

TRIPS : ຂໍ້ຕົກລົງໃນເລື່ອງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄ້າຂອງສິດຊັບສິນທາງປັນຍາ

WHO : ອົງການອະນາໄມໂລກ

WIPO : ອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ

WTO : ອົງການການຄ້າໂລກ

<u>ອ້າງອີງ</u>

ການອ້າງອີງເວັບໄຊທ์ທັງໝົດແມ່ນມີຂຶ້ນໃນເວລາປັດຈຸບັນ ໃນວັນທີ 31 ກໍລະກົດ 2019.

ເຫດຜົນປຽບທຽບສຳລັບການປະຕິເສດ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

1. ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ

ເຄື່ອງໝາຍອາດຈະບໍ່ຖືກຈົດທະບຽນຖ້າ *ການນຳໃຊ້* ເຄື່ອງໝາຍໃນການຄ້າ ຈະໄປຂັດກັບສິດຂອງຄົນອື່ນທີ່ມີກ່ອນຫນ້ານີ້. ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວບໍ່ສາມາດຖືກປະຕິເສດໄດ້ ໂດຍເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ຈະບໍ່ສາມາດເອົາຊະນະການຄັດຄ້ານຈາກບຸກຄົນທີສາມທີ່ຈະຂັດແຍ້ງກັບການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກນັ້ນເປັນເຄື່ອງໝາຍໃນການຄ້າ.

ມີສິດທີ່ມີກ່ອນໜ້ ານີ້ຢູ່ຫລາຍປະເພດ ເຊິ່ງຖືສິດໂດຍບຸກຄົນທີສາມທີ່ອາດຈະໄປຂັດແຍ້ງກັບເຄື່ອງໝາຍຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍ ແລະ ຂັດຂວາງການຈົດທະບຽນ. ປະເພດຂອງສິດກ່ອນຫນ້ານີ້ທີ່ອາດຈະສະແດງອອກມາໃຫ້ເຫັນເພື່ອຄັດຄ້ານອີງໃສ່ເຫດຜົນປຽບທຽບສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ ຊຶ່ງມັກຈະຖືກກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ແຕ່ຍັງສາມາດພົບເຫັນຢູ່ໃນກົດໝາຍອື່ນໆເຊັ່ນກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາອື່ນໆ, ກົດໝາຍແພ່ງ, ຫຼືກົດໝາຍທົ່ວໄປ.

ການຂັດແຍ້ງສິດຂອງບຸກຄົນທີສາມອາດຈະຂຶ້ນກັບກົດໝາຍແພ່ງ, ກົດໝາຍທົ່ວໄປ, ຫຼືກົດໝາຍອື່ນໆ, ເຊັ່ນ ສິດຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ຊື່ບໍລິສັດ, ການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ເປັນທຳ, ຫຼື ການໂອນກຳມະສິດ.

ເຫດຜົນໃນການປະຕິເສດທີ່ອີງໃສ່ສິດທິທີ່ມີຢູ່ກ່ອນຂອງບຸກຄົນອື່ນທີ່ມີມາກ່ອນ ເອີ້ນວ່າ "ເຫດຜົນປຽບທຽບ" ຍ້ອນວ່າມັນບໍ່ໄດ້ອ້າງເຖິງເຫດຜົນແນ່ນອນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ສັນຍາລັກ ຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ແຕ່ຂຶ້ນຢູ່ກັບການມີຢູ່ຂອງການແຊກແຊງສິດຈາກບຸກຄົນທີສາມ.

ເຫດຜົນປຽບທຽບໃນການປະຕິເສດ ອາດຈະຖືກຍົກຂຶ້ນມາໂດຍນັກກວດສອບທີ່ມີສິດໂດຍໜ້າທີ່, ເຊັ່ນວ່າ ໃນການລິເລີ່ມຂອງນັກກວດສອບຫຼືເປັນຜົນມາຈາກການຄັດຄ້ານ

ຂອງບຸກຄົນທີສາມ ຫຼືຂໍ້ຄັດຄ້ານທີ່ໄດ້ຍື່ນຕໍ່ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ. ນອກຈາກນັ້ນ, ອາດຈະຍັງມີການລະບຸເຫດຜົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນການຮ້ອງຂໍການປັບປຸງແກ້ໄຂ, ການຍົກເລີກເພີກຖອນ, ຫຼືການຍົກເລີກການຈົດທະບຽນ ຫຼັງຈາກທີ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ.

ການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ເປັນໄປດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັນນັ້ນ ມັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ນັກກວດສອບຕ້ອງມີສະຕິແລະຄຳນຶງເຖິງທຸກສະຖານະການທັງຫມົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບແຕ່ລະກໍລະນີ. ນັກກວດສອບມີຄວາມຈຳເປັນທີ່ຈະຕ້ອງໄດ້ຈິນຕະນາເຖິງສະ ຖານະການທີ່ໃນອະນາຄົດນັ້ນ ມັນອາດຈະເກີດຂຶ້ນ ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກ<u>ນຳໄປໃຊ້ໃນການຄ້າ</u>ເພື່ອຈຳແນກຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້ພາຍໃນປະເທດ. ການວິເຄາະທຸກໆປັດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງຫມົດນັ້ນ ກໍ່ຄວນໃຫ້ເປັນການກະຕຸ້ນນັກກວດສອບສາມາດໃຫ້ຄຳຕອບຕໍ່ກັບຄຳຖາມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ເພື່ອຕັດສິນໃຈວ່າ ຈະອະນຸຍາດຫຼືຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ:

"ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍ (ຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນ) ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ ເພື່ອການຄ້າ ໃນປະເທດນີ້ ໂດຍກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້ນັ້ນ, ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະເປັນ*ຜົນເສັຍ ຫຼື ບໍ່ເປັນທຳ*ໃຫ້ແກ່ກັບ ບຸກຄົນທີສາມຫຼືບໍ່?'

ຖ້າຫາກຄຳຕອບຂອງຄຳຖາມນັ້ນວ່າ "ແມ່ນແລ້ວ", ກໍ່ບໍ່ຄວນອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ກໍ່ຄວນຈື່ໄວ້ວ່າ ໃນການແຂ່ງຂັນລະຫວ່າງຜູ້ທີ່ສະຫນອງຫຼືຈັດຫາ ທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດໃນລະບົບເສດຖະກິດການຕະຫຼາດນັ້ນ, ຜົນສຳເລັດຂອງການດຳເນີນງານໃດໜຶ່ງ ອາດຈະສ້າງຄວາມເສຍຫາຍທາງດ້ານເສດຖະກິດໃນລະດັບໃດໜຶ່ງ ຕໍ່ການດຳເນີນງານອື່ນ ໃນຂອບເຂດທີ່ປະຊາຊົນອາດຈະມັກຜະລິດຕະພັນຫຼືບາງບໍລິການບາງຢ່າງທີ່ໄດ້ສະເໜີ ແລະຫລີກລ້ຽງຜູ້ອື່ນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຜົນທີ່ເກີດຈາກຄວາມມັກຂອງລູກຄ້ານັ້ນ ກໍ່ເປັນຜົນໃຫ້ເກີດການແຂ່ງຂັນໃນຕະຫຼາດໂດຍປົກກະຕິ ແລະ ບໍ່ສາມາດຖືວ່າເປັນຜົນສະທ້ອນຂອງຄວາມ "ບໍ່ຍຸຕິທຳ" ທີ່ຕ້ອງເຄົາລົບກົດລະບຽບຂອງການແຂ່ງຂັນ. ກົດລະບຽບເຫຼົ່ານັ້ນປະກອບມີການປະຕິບັດການຄ້າທີ່ສັດຊື່ແລະໃຫ້ການເຄົາລົບຕໍ່ຊັບສິນທາງປັນຍາ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ກໍ່ແມ່ນກົດໝາຍທີ່ຄວບຄຸມຕົວຊີ້ວັດທຸລະກິດຕ່າງໆທີ່ໃຊ້ໃນການຄ້າ.

ໃນພາກສ່ວນຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນຈະກວດກາເບິ່ງເຫດຜົນປຽບທຽບຂອງການປະຕິເສດທີ່ສາມາດຮັກສາການຄັດຄ້ານ ຕໍ່ການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍ ໂດຍອີງໃສ່ສິດໃນແບບຕ່າງໆ ຂອງບຸກຄົນທີສາມ.[1]

[1] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ

2. ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້າ

ເຫດຜົນປຽບທຽບທີ່ມັກຖືກຍົກມາໃຊ້ເປັນປົກກະຕິ ເພື່ອທຳການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍ ກໍ່ແມ່ນການທີ່ມີຢູ່ຂອງເຄື່ອງໝາຍໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍກວ່າທີ່ໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນໃນກ່ອນໜ້ານີ້ ສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີລັກສະນະຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ.[2]

ມີການກຳນົດສິດກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສະເພາະໃດໜຶ່ງ ໂດຍສົມທົບກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືຊຸດການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້. ສະນັ້ນ, ໃນການປະເມີນຄວາມກ່ຽວຂ້ອງຂອງສິດທິໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ມີມາກ່ອນຫນ້ານີ້, ເປັນເຫດຜົນໃນການປະຕິເສດ, ນັກກວດສອບຕ້ອງພິຈາລະນາຄຳນຶງເຖິງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ<u>ເຊັ່ນດຽວກັນ</u> ແລະ ຂໍ້ກຳນົດຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານັ້ນ.

ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ເຄື່ອງໝາຍແລະຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັນນັ້ນກໍ່ຕ້ອງໄດ້ຖືກປຽບທຽບເພື່ອຈະໄດ້ກຳນົດວ່າ ພວກເຂົາມີຄວາມໃກ້ສິດພຽງພໍທີ່ຈະໃຫ້ເກີດມີການລຳອຽງຕໍ່ຜູ້ທີ່ຖືສິດທີ່ຜ່ານມາກ່ອນຫນ້ານີ້ຫຼືບໍ່. ອາດຈະມີສອງກໍລະນີ ທີ່ຈະຖືກລະບຸວ່າເປັນຂັ້ນຕອນທຳອິດ:

- *ເອກະລັກ* ຕົວຕົນຂອງສັນຍາລັກແລະສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸ (ເຊັ່ນ *ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນ*),
- *ຄວາມຄ້າຍຄືກັນ* ຂອງສັນຍາລັກແລະສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ໄດ້ຖືກລະບຸ.

2.1 ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນ

"ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນ" ເກີດຂຶ້ນໄດ້ເມື່ອເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຢູ່ໃນໃບຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນແມ່ນຄືກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນຫນ້ານີ້ ແລະ ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນໃບຄຳຮ້ອງນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນຄືກັນກັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ມີຢູ່ໃນໃບຄຳຮ້ອງຂໍຈົດ

[2] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(1) ແລະ (2), ແລະ ເອັສ. 9; ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4(ຈີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 21(1) (ເອ) ; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 16.2 ແລະ 3, ແລະ 23.9; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 19(1) ແລະ (2); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 14; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.1(ດີ), ລະບຽບການ ອາຣ. 102.ດີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(1) ແລະ (2); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 13; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ.74(2)(ອີ).

ທະບຽນເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ເຊ່ນກັນ. [3]

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນ ແມ່ນມີຫນ້ອຍກ່ວາສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນບາງສ່ວນແລະຄວາມຄ້າຍຄືກັນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເມື່ອມີການສ້າງສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນຂຶ້ນມາແລ້ວ, ມັນກໍ່ບໍ່ຈຳເປັນທີ່ຈະຕ້ອງປະເມີນໂອກາດຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັກກວດສອບສາມາດຍື່ນການຄັດຄ້ານໄດ້ຢ່າງເປັນທາງການ, ແລະຄວນຍຶດຖືການຄັດຄ້ານຂອງບຸກຄົນທີສາມຕໍ່ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍໃນພາຍຫລັງ.[4]

ນັກກວດສອບຈະພິຈາລະນາວ່າກໍລະນີທີ່ມີສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນນັ້ນມີຈິງໂດຍໃຊ້ການວິເຄາະແລະມາດຖານຫຼັກເກນອັນດຽວກັນທີ່ໃຊ້ໃນການກຳນົດລະດັບຂອງຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນກັບລາຍການສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ການວິເຄາະນັ້ນຕ້ອງໃຫ້ມີຂຶ້ນກ່ອນທີ່ການຄົ້ນພົບໂອກາດຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ.

2.2 ການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ

2.2.1 ການພິຈາລະນາທົ່ວໄປ

ໃນກໍລະນີສ່ວນຫຼາຍທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງກັນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍ ຈະບໍ່ນຳສະເໜີສັນຍາລັກແລະສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຊ້ຳກັນ. ແຕ່ເປັນສະຖານະການທີ່ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ຈະຕ້ອງໄດ້ວິເຄາະຢ່າງໃກ້ຊິດ. ໃນກໍລະນີເຫຼົ່ານີ້, ການຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນເຄື່ອງ ໝາຍ ຈະເຮັດໄປຕາມມາດຕະຖານທີ່ກວ້າງຂຶ້ນຂອງໂອກາດ<u>ຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະ</u>ຄວາມ<u>ສັບສົນ.</u> ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ ການຈົດທະບຽນຄວນຖືກປະຕິເສດພຽງແຕ່ໃນກໍລະນີທີ່ສະພາບການລະບຸວ່າ ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ນຳໄປຂໍຈົດທະບຽນນັ້ນ ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນການຄ້າພາຍໃນປະເທດ

[3] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(1); ເຄເຣັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4(ຈີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 21(1)(ເອ) ; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 16.2 ແລະ 23.9 and ຄຳຕັດສິນໃຈ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 34(1).1; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 19(1)(ເອ) ແລະ (2)(ເອ) ; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 14.ເອ); ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ, ເອັສ. 123.1(ດີ)(ໄອ), ລະບຽບການ ອາຣ. 102. ດີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(1); ທີເຣັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 13(1); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ.74(2)(ເອັຟ). ເບິ່ງຕື່ມໃນ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2.

[4] ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິດທິພິເສດທີ່ໄດ້ຮັບຈາກການຈົດທະບຽນນັ້ນ, ຂໍຕົກລົງທາງການຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິດທິໃນຊັບສິນທາງປັນຍາ (ມາດຕາ 16.1), ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບລະບຸ 'ສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນ' ໂດຍໄດ້ກ່າວວ່າ: "ໃນກໍລະນີທີ່ມີການໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ຄືກັນ ສຳລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ຄືກັນ, ຄວາມສັບສົນກໍ່ອາດເກີດຂຶ້ນໄດ້."

ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້ນັ້ນ, ການນຳໄປໃຊ້ດັ່ງກ່າວອາດຈະສ້າງຄວາມສັບສົນລະຫວ່າງພາກສ່ວນຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.[5]

ໃນເລື່ອງນີ້, ຄວນເຂົ້າໃຈກັບຄວາມສັບສົນ ເພື່ອລວມການສັນນິຖານຫຼືຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍສະເລ່ຍວ່າ ມີການເຊື່ອມໂຍງລະຫວ່າງ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ, ເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານັ້ນ ຫຼືແຫຼ່ງການຄ້າຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ຕິດພັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ໂດຍໃນຄວາມເປັນຈິງແລ້ວ ມັນກໍ່ບໍ່ມີການເຊື່ອມຕໍ່ດັ່ງກ່າວ.

ໃນການປະເມີນຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັ້ນ, ຕ້ອງເວົ້າເຖິງທັງຄວາມສັບສົນໂດຍກົງແລະຄວາມສັບສົນໂດຍການເຊື່ອມໂຍງ ໃນກໍລະນີທີ່ວ່າ:

- ຜູ້ບໍລິໂພກຈະສັບສົນໂດຍກົງກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ໃນການຄ້າ (ເຊິ່ງອາດສາມາດນຳໄປສູ່ການຕັດສິນໃຈຊື້ທີ່ຜິດພາດ); ຫຼື

- ຜູ້ບໍລິໂພກຈະບໍ່ສັບສົນກັບເຄື່ອງໝາຍນີ້ ແຕ່ກົງກັນຂ້າມ, ຈະຖືວ່າ ມີການເຊື່ອມໂຍງ ຫຼື ການກ່ຽວຂ້ອງກັນບາງຢ່າງ ລະຫວ່າງແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງການຄ້າຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ເຫຼົ່ານັ້ນ ຍ້ອນວ່າມັນມີຕົ້ນກຳເນີດມາຈາກການດຳເນີນການດຽວກັນຫຼືຈາກການດຳເນີນການສອງຢ່າງທີ່ມີການພົວພັນກັນທາງດ້ານເສດຖະກິດ.

ສຳລັບຈຸດປະສົງຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ, ການດຳເນີນການສອງຢ່າງນັ້ນຈະຕ້ອງຖືວ່າ "*ການເຊື່ອມໂຍງທາງເສດຖະກິດ*" ຖ້າຫາກມັນມີການເຊື່ອມໂຍງໂດຍອາໄສຂໍ້ຕົກລົງໃດໆ ທີ່ເຮັດໃຫ້ມີການຄວບຄຸມເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງໂດຍກົງຫຼືການຄວບຄຸມເຄື່ອງໝາຍທົ່ວໄປທີ່ຜ່ານບຸກຄົນທີສາມ. ສິ່ງນີ້ຈະລວມໄປເຖິງ, ໂດຍສະເພາະ, ສາຍພົວພັນຂອງພໍ່ແມ່, ໃບອະນຸຍາດ, ຂໍ້ຕົກລົງການສະໜັບສະໜູນ, ສັນຍາການແຈກຢາຍພິເສດຫຼືຂໍ້ຕົກລົງຕາມສັນຍາອື່ນໆ, ຫຼືບັນດາກິດຈະການຕ່າງໆທີ່ຢູ່ພາຍໃນກຸ່ມເສດຖະກິດດຽວ.

[5] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(2); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 4(ຈີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ์ທີ. 21(1)(ເອ) ; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 16, ວັກທີ່ 1,3 ແລະ 23.9, ແລະ ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ์ທີ. 34(1).2, 35 ແລະ 36; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 19(1)(ບີ) ແລະ (2)(ບີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ.14.ເອ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.1(ດີ)(iii), ລະບຽບການ ອາຣ์. 102.ດີ)(iii); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(2); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 13(2); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ.74(2)(ອີ). ເບິ່ງຕື່ມໃນ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 1, ຂໍ້ 3.

ສະນັ້ນ, ນັກກວດສອບຈຶ່ງຕ້ອງຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍ ຖ້າຫາກ - ຖ້າພິຈາລະນາທຸກໆປັດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ລາວກໍ່ສະຫລຸບໄດ້ວ່າ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ມີແນວโน້ມທີ່ຈະກໍ່ໃຫ້ເກີດ ເປັນຂໍ້ສົມມຸດຖານດັ່ງກ່າວມາໃນຈິດໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຊຶ່ງມັນແຕກຕ່າງຈາກກໍລະນີຂອງ "ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນ" ເຊິ່ງອາດຈະຖືກພິຈາລະນາຢ່າງເປັນກາງ ການກຳນົດ "ໂອກາດທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ" ມັກຈະຕ້ອງອາໄສການວິເຄາະຂອງນັກກວດສອບແລະພິຈາລະນາສະຖານະການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບກໍລະນີນີ້. ເຖິງແມ່ນວ່າສິ່ງນີ້ຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບລະດັບຂອງຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ ແຕ່ການນຳໃຊ້ຫຼັກເກນໃນການກວດສອບທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ ຈະເຮັດໃຫ້ການສະຫລຸບຄາດເດົາໄດ້ຫລາຍຂຶ້ນ.

ເພື່ອທີ່ຈະຕັດສິນໃຈວ່າ ມັນມີໂອກາດທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນຫຼືບໍ່ນັ້ນ, ກໍ່ຄວນປະເມີນທັງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຜ່ານມາໃນເມື່ອກ່ອນແລະເຄື່ອງໝາຍຕໍ່ມາໃນພາຍຫລັງ. ສຳລັບຜົນກະທົບນີ້:

- ນັກກວດສອບຄວນປະເມີນລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນກ່ອນຫນ້ານີ້ໂດຍລວມ, ໂດຍເຂົ້າໃຈວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້ ສັນນິຖານວ່າລັກສະນະສະເພາະຢູ່ໃນລະດັບໃດໜຶ່ງ.
- ຄວນປະເມີນສ່ວນປະກອບທັງໝົດຂອງເຄື່ອງໝາຍກ່ອນຫນ້ານີ້ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍໃນພາຍຫລັງ ໂດຍຈັດລຳດັບຄວາມສຳຄັນຂອງສ່ວນປະກອບທີ່ສອດຄ່ອງກັນ.

ຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ ຄວນຈະຖືກຄົ້ນພົບພາຍຫຼັງຈາກ<u>ການປະເມີນຜົນທົ່ວໂລກ</u>ກ່ຽວກັບ<u>ທຸກ</u>ໆ<u>ປັດ</u>ໃ<u>ຈ</u>ແ<u>ລ</u>ະ<u>ສ</u>ະ<u>ຖ</u>ານ<u>ະ</u>ການ<u>ທ</u>ັ<u>ງ</u>ຫ<u>ມ</u>ົ<u>ດ</u>ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບແຕ່ລະກໍລະນີ. ປັດໄຈດຽວແມ່ນບໍ່ພຽງພໍທີ່ຈະສ້າງຄວາມສັບສົນໃນບາງກໍລະນີ.

ການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກກ່ຽວກັບທຸກໆປັດໃຈແລະສະຖານະການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ທັງຫມົດບໍ່ໄດ້ຂໍ້ຍົກເວັ້ນ - ແຕ່ຈະມີການຕິດຕາມມາຂອງການວິເຄາະເປັນແຕ່ລະບາດກ້າວ ກ່ຽວກັບປັດໃຈແລະສະຖານະການເຫຼົ່ານັ້ນ ຍ້ອນວ່າມັນໄດ້ນຳໃຊ້ກັບສັນຍາລັກທີ່ກຳລັງຢູ່ໃນຂັ້ນຕອນການພິຈາລະນາ.

ບັນດາປັດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນການກຳນົດໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັ້ນແມ່ນ ພົວພັນກັນເຊິ່ງແລະກັນ ແລະປະກອບມີ:

- ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງ*ສັນຍາລັກ*ທີ່ຂັດກັນ,
- ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງ*ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ*ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ,
- ປະຊາຊົນແລະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ,
- ປັດໃຈ*ອື່ນໆ*ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ; ແລະ
- ການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກກ່ຽວກັບໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ.

ປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນຈະໄດ້ກ່າວເຖິງໃນພາກຕໍ່ໄປນີ້.[6]

2.2.2 ການປຽບທຽບສັນຍາລັກ

ໃນກໍລະນີທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍ, ມັນມີຄວາມຈຳເປັນທີ່ຈະ ຕ້ອງໄດ້ເບິ່ງເຄື່ອງໝາຍເພື່ອຕັດສິນໃຈວ່າ ມັນຄືກັນ, ຄ້າຍຄືກັນ ຫຼືບໍ່ຄືກັນ.[7]

ການປຽບທຽບສັນຍາລັກໃນເບື້ອງຕົ້ນ ຄວນປະກອບມີທຸກງານອົງປະກອບທີ່ເບິ່ງເຫັນ ໄດ້ທັງຫມົດໃນສັນຍາລັກ, ໂດຍບໍ່ໄດ້ຄຳນຶງເຖິ່ງຄວາມໂດດເດັ່ນງຂອງສັນຍາລັກ. ໃນໄລຍະ ເລີ່ມຕົ້ນນີ້, ການປຽບທຽບສັນຍາລັກຄວນສຸມໃສ່ສ່ວນປະກອບທີ່ສັງເກດເຫັນໄດ້. ປັດ ໄຈອື່ນໆເຊັ່ນ*ຄວາມໂດດເດັ່ນຂອງສັນຍາລັກ* ຫຼື ອົງປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນຫຼືອ່ອນແອ ຈະເປັນ ຕົວຊີ້ຂາດ

ແຕ່ຄວນນຳມາຊັ່ງຊາໃນຂັ້ນຕອນການວິເຄາະໃນຂັ້ນຕໍ່ມາເພື່ອການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນ ທົ່ວໂລກຂັ້ນສຸດທ້າຍຂອງໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ.

ໃນເວລາທີ່ການປະເມີນລັກສະນະສະເພາະຂອງສອງສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນເພື່ອ

---

[6] ກ່ຽວກັບປັດໃຈທີ່ຕ້ອງໄດ້ວິເຄາະເພື່ອພິຈາລະນາວ່າມີໂອກາດທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນຫຼືບໍ່, ຕົວຢ່າງຂອງມາດຖານຫຼັກ ເກນການວິເຄາະບາງຢ່າງແມ່ນມີຢູ່ໃນຂໍ້ຄວາມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຂອງບາງປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ: ຄູ່ມື ເຄເຣັຊທີເອັມຫນ້າ 54 ຫາ 67; ຄູ່ມື ໄອດີ ທີເອັມ ບົດທີ IV.B.2.1) ເອ); ເອັລເອ ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ์ທີ. 34, 35, 36 ແລະ 37; ຄູ່ມື ເອັມວາຍ ທີເອັມ ບົດທີ 11 ວັກ 11.5 ຫາ 11.45; ຄູ່ມື ພີເຣັຊ ທີເອັມອາຣ์ ບົດ X ຫນ້າ 89 ຫາ 118; ຄູ່ມື ເອັສຈີ ທີເອັມ ບົດ 7 'ເຫດທີ່ມີຄວາມ ກ່ຽວຂ້ອງສຳລັບການປະຕິເສດບໍ່ຮັບຈົດທະບຽນ'; ແລະ VN ຈົດໝາຍວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.8 ແລະ 39.9. ໃຫ້ເບິ່ງຕື່ມ ຄູ່ ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ , ຫມວດ 2, ບົດ 1, ຂໍ້ 4.2.

[7] ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 4.

ຈຸດປະສົງໃນການອ້າງອີງເຫດຜົນປຽບທຽບເພື່ອການປະຕິເສດນັ້ນ, ຈະໃຊ້ມາດຖານດຽວກັນ ໃນການກຳນົດລັກສະນະສະເພາະສຳລັບເຫດຜົນທີ່ແທ້ຈິງເພື່ອການປະຕິເສດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມາດຖານເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ເພື່ອກຳນົດວ່າ ຈະບັນລຸມາດຖານຂັ້ນຕ່ຳຂອງລະດັບຄວາມໂດດເດັ່ນຫຼືບໍ່, ພ້ອມທັງປະເມີນລະດັບຄວາມແຕກຕ່າງຂອງລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຄວນປຽບທຽບສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ ຕາມທີ່ໄດ້ປາກົດຕາມລຳດັບໃນແບບຟອມໃບຄຳຮ້ອງ ແລະໃນທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ. ນັກກວດສອບຄວນສັນນິຖານວ່າ ເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືກນຳໃຊ້ ຫຼືຈະນຳໄປໃຊ້ໃນທາງການຄ້າ ຕາມທີ່ມັນປາກົດຢູ່ໃນແຟ້ມແລະໃນທະບຽນ.

ຖ້າຫາກສັນຍາລັກບໍ່ຄືກັນຢ່າງຈະແຈ້ງ, ນັກກວດສອບຄວນຢຸດການກວດສອບກ່ຽວກັບ ການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ການຊອກຫາຄວາມຄ້າຍຄືກັນບໍ່ຄວນນຳໄປສູ່ການສະຫລຸບວ່າ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ກຳລັງຖືກກວດສອບນັ້ນ ມີແນວ�โນ້ມທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ. ການສະຫລຸບແບບນີ້ ຄວນໄດ້ຮັບການປະຕິບັດພາຍຫຼັງການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກ ໃນຂັ້ນສຸດທ້າຍ, ເມື່ອໄດ້ພິຈາລະນາທຸກໆປັດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລ້ວທັງຫມົດ.

2.2.2.1 ເອກະລັກຂອງສັນຍາລັກ

ຖ້າຫາກນັກກວດສອບພົບວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືກຂໍໃຫ້ຈົດທະບຽນນັ້ນ ແມ່ນ*ຄືກັນ*ກັບ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຜ່ານມາໃນເມື່ອກ່ອນ, ການຈົດທະບຽນນີ້ ກໍ່ຄວນຖືກປະຕິເສດໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍທັງສອງ.

ເຖິງແມ່ນວ່າ ຕາມຫຼັກການແລ້ວ, ການຄົ້ນຫາ 'ເອກະລັກ' ຈະກຳນົດໃຫ້ສັນຍາລັກຕ້ອງຄືກັນທຸກຢ່າງ. ແຕ່ການກວດສອບຄວນດຳເນີນບົນພື້ນຖານຂອງຄວາມແຕກຕ່າງເລັກນ້ອຍທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິ�โພກທົ່ວໄປເບິ່ງບໍ່ເຫັນຄວາມແຕກຕ່າງສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຊຶ່ງບໍ່ນັບວ່າແຕກຕ່າງກັນ. ຄວາມແຕກຕ່າງໃດໆທີ່ເບິ່ງບໍ່ເຫັນ ຫາກບໍ່ໄດ້ຖືກກວດສອບຢ່າງລະມັດລະວັງ ແບບຂ້າງຕໍ່ຂ້າງກັນ ຄວນໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາວ່າ ມັນ "ບໍ່ສຳຄັນ".

ສອງສັນຍາລັກນີ້ແມ່ນຄ້າຍຄືກັນ *ໃນທຸກໆດ້ານ*ຫຼືເປັນຕົວແທນຂອງຄວາມແຕກຕ່າງ*ທີ່ບໍ່ສຳຄັນ*ເພາະວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງບໍ່ສາມາດຮັບຮູ້ຫຼືສັງເກດໄດ້, ສະນັ້ນ ຈຶ່ງຄວນຖືວ່າ "ຄືກັນ".

ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງ **ສີ** ຈະຂັດຂວາງການຄົ້ນຫາຄວາມຄືກັນ ໝາຍຄວາມວ່າ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້າເປັນສີດຳແລະສີຂາວຫຼືສີເທົາ ບໍ່ຄວນຖືວ່າ "ຄືກັນ" ກັບເຄື່ອງໝາຍຄືກັນ ແຕ່ມີສີອື່ນ, ເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າ ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງສີ ຫຼື ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງໂທນສີບໍ່ສຳຄັນ. ຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນກໍລະນີ ທີ່ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງສີຫຼືໂທນສີ ຄວນຖືວ່າ *ມີຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ສຳຄັນ ຫຼື ຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ບໍ່ສຳຄັນ*. [8]

(i) ຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ບໍ່ສຳຄັນ:

(ii) ຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ສຳຄັນ:

[8] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງເອີຣົບ.

ຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງບາງອົງປະກອບ (ເອກະລັກບາງສ່ວນ) ບໍ່ຖືວ່າແມ່ນ ເອກະລັກ ແຕ່ເປັນຄວາມ*ຄ້າຍຄືກັນ.* ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃນກໍລະນີຕໍ່ໄປນີ້, **ບໍ່**ຄວນຖືວ່າ ເຄື່ອງໝາຍ ນັ້ນຄືກັນ:

- ສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍຄຳສັບທີ່ອອກສຽງຄືກັນ. ແຕ່ມີການສະກົດຕ່າງກັນ;
- ສອງເຄື່ອງ ໝາຍມີ ຄຳ ສັບຄ້າຍຄືກັນຍົກເວັ້ນ ໜຶ່ງ ຕົວອັກສອນຫຼືຕົວເລກ;
- ເຄື່ອງໝາຍໜຶ່ງໝົດທັງຕົວຂອງມັນ ໄປລວມຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆ, ແຕ່ອີກເຄື່ອງ ໝາຍຫນຶ່ງ ມີສ່ວນປະກອບເພີ່ມເຕີມທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ຫຼື ຖືກນຳສະເໜີດ້ວຍຕົວ ຫນັງສື, ຮູບແບບ, ຫຼື ສີທີ່ແຕກຕ່າງກັນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໃນກໍລະນີຂອງເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບ, ຮູບແບບການປ່ຽນແປງຕົວ ອັກສອນເປັນໂຕໃຫຍ່ຫຼືເປັນຕົວນ້ອຍນັ້ນ ບໍ່ຄວນນຳເອົາມາພິຈາລະນາ. ການປ່ຽນແປງດັ່ງກ່າວ ຄວນຖືວ່າເປັນຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ບໍ່ສຳຄັນ.

2.2.2.2 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກ

ໃນກໍລະນີສ່ວນຫຼາຍຂອງການຂັດແຍ້ງລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ການຄັດຄ້ານຫຼືການ ປະຕິເສດແມ່ນອີງໃສ່ຕາມຄວາມຈິງທີ່ວ່າສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວ ແມ່ນຄ້າຍຄືກັນແລະຄວາມຄ້າຍຄື ກັນນີ້ (ຄຽງຄູ່ກັບປັດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງອື່ນໆ) ມັກຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ.

ສຳລັບຈຸດປະສົງເຫຼົ່ານີ້ "ຄວາມຄ້າຍຄືກັນ" ກໍ່ໝາຍເຖິງສະຖານະການທີ່ສອງສັນຍາ ລັກມີຄວາມຄືກັນໜ້ອຍລົງ, ມີຄວາມຄືກັນໃນບາງຈຸດ ແຕ່ແຕກຕ່າງກັນເມື່ອປຽບທຽບກັບອົງ

ປະກອບ ອື່ນໆ.[9]

ໃນການປຽບທຽບສັນຍາລັກ, ນັກກວດສອບບໍ່ຕ້ອງໄປສົນໃຈອົງປະກອບ ແລະ *ຄຸນລັກສະນະອັນເລັກໆນ້ອຍໆ* ແລະໃຫ້ໄປສຸມໃສ່ສິ່ງທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ຊັດເຈນ. ອົງປະກອບຫຼືຄຸນລັກສະນະໃດໜຶ່ງ ຈະຖືວ່າເປັນ "ຄວາມບໍ່ສຳຄັນ" ຖ້າມັນບໍ່ສາມາດສັງເກດເຫັນໄດ້ໃນເທື່ອທຳອິດຢູ່ໃນສັນຍາລັກ. ອັນນີ້ກໍ່ອາດເປັນຜົນມາຈາກຂະໜາດ ຫຼື ຕຳແໜ່ງ ຂອງຄຸນລັກສະນະທີ່ຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍ. ຖ້າຄຸນລັກສະນະຕ່າງໆສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ສະເພາະເມື່ອພວກເຂົາໄດ້ຮັບການກວດສອບຢ່າງໃກ້ຊິດແລະລະມັດລະວັງ, ກໍ່ສະແດງວ່າ ມັນບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງໃນການພິຈາລະນາຄວາມຄ້າຍຄືກັນ.

ສັນຍາລັກທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍສັນຍາລັກຮູບແບບ, ຕົວອັກສອນ ຫຼື ຂໍ້ຄວາມທີ່ຂຽນເປັນ*ພາສາຕ່າງປະເທດ* ຫຼື *ຕົວອັກສອນພາສາຕ່າງປະເທດ* ທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປໃນປະເທດບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ນັ້ນ ກໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນສັນຍາລັກທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ເພາະວ່າ ມັນບໍ່ສາມາດປຽບທຽບໃນການອອກສຽງ ຫຼື ໃນທາງຄວາມໝາຍ ໃນພາສາຂອງປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້. ການແປພາສາຈະຖືກຈັດໃຫ້ເປັນຈຸດປະສົງສຳລັບຂໍ້ມູນເທົ່ານັ້ນ ຍ້ອນວ່າເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນຕະຫລາດການຕາມຮູບແບບເດີມຂອງມັນ. (ຍົກຕົວຢ່າງ, ເປັນພາສາຕ່າງປະເທດຫຼືຕົວອັກສອນຕ່າງປະເທດ) ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ກະລຸນາເບິ່ງໃນຂໍ້ 1.1.1.2 ໃນພາກທີ 1 ຂອງຄູ່ມືເຫຼັ້ມນີ້.

ລັກສະນະທີ່ຈະຕ້ອງຖືກປຽບທຽບເພື່ອກຳນົດຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສັນຍາລັກນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນ ລັກສະນະທີ່ສະແດງອອກໃຫ້ເຫັນໄດ້ທາງ***ສາຍຕາ***, ການອອກ***ສຽງ*** ແລະ ອົງປະກອບລວມ. ນັກກວດສອບຄວນພິຈາລະນາເຖິງ***ການສະແດງຜົນໂດຍລວມ***ຂອງສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນບົນພື້ນຖານຂອງລັກສະນະທີ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນ, ການອອກສຽງ ແລະ ແນວຄວາມຄິດ, ແລະຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງລັກສະນະສະເພາະທີ່ມີມາກ່ອນຫນ້ານີ້ທີ່ໄດ້ມາຈາກສັນຍາລັກກ່ອນໜ້ານີ້ (ທີ່ອ້າງອີງເຖິງ ຫຼື ທີ່ຂັດກັນກັບ)[10]

---

[9] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 4, ຂໍ້ 3.

[10]ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ກະລຸນາເບິ່ງ ຄຳຕັດສິນຂອງ ECJ ໃນວັນທີ 22 ກັນຍາ 1999, ກໍລະນີ C-342/97 'Lloyd Schuhfabrik Meyer',ວັກ 26, ເຊິ່ງ ECJ ໄດ້ກ່າວไว้ว่า:

> "[…] ການຍົກຍ້ອງທົ່ວໂລກກ່ຽວກັບຄວາມເປັນໄປໄດ້ຂອງຄວາມສັບສົນ ຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງຄວາມຄ້າຍຄືກັນທາງການເບິ່ງເຫັນ, ການຟັງສຽງ, ຫຼື ແນວຄວາມຄິດຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຄຳຖາມນັ້ນ, ແມ່ນຂຶ້ນກັບ*ຄວາມປະທັບໃຈໂດຍລວມ* ທີ່ໄດ້ສ້າງຂຶ້ນມາ, ໂດຍຄຳນຶງເຖິງ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ຄວາມໂດດເດັ່ນແລະສ່ວນປະກອບທີ່ມີບົດບາດ […] ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງເຄື່ອງໝາຍຢູ່ໃນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍສະເລ່ຍຂອງໝວດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ເປັນບັນຫາມີບົດບາດສຳຄັນໃນການທີ່

2.2.2.2.1 ການປຽບທຽບໂດຍການເບິ່ງເຫັນ

ລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ ຫຼື ການສະແດງອອກຂອງສັນຍາລັກແມ່ນມີການພົວພັນກັບການປຽບທຽບຂອງສັນຍາລັກທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້, ບໍ່ວ່າຈະເປັນຄຳສັບ, ລັກສະນະທີ່ເປັນຮູບຮ່າງ, ລັກສະນະສາມມິຕິ, ຫຼືສັນຍະລັກສີ. ການປຽບທຽບດ້ວຍການເບິ່ງນັ້ນ ເປັນຂໍ້ແທ້ຈິງແລະມີຈຸດປະສົງເປົ້າໝາຍ. ການປຽບທຽບໂດຍການເບິ່ງເຫັນ ຈະເປັນຕົວຕັດສິນຄວາມຄ້າຍຄືລະຫວ່າງ ເຄື່ອງໝາຍພາຍຫຼັງ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້າ.[11]

ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງການປຽບທຽບດ້ວຍການເບິ່ງເຫັນນັ້ນ ຄວນໄດ້ຮັບການປະເມີນໂດຍໃຫ້ຄຳນຶງເຖິງປັດໃຈທີ່ແຕກຕ່າງກັນຂຶ້ນຢູ່ກັບປະເພດຂອງສັນຍາລັກຮູບພາບທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ. ການປຽບທຽບລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍຄຳ ສັບຫຼືສອງເຄື່ອງໝາຍແບບຮູບຮ່າງ ຈະກົງໄປກົງມາຫລາຍກ່ວາການປຽບທຽບລະຫວ່າງ, ເຊັ່ນວ່າເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບທຳມະດາແລະເຄື່ອງໝາຍແບບປະສົມ (ແມ່ນຄຳສັບທີ່ບວກກັບອົງປະກອບແບບຮູບພາບ) ຫຼືເຄື່ອງໝາຍແບບການປະສົມປະສານຂອງສອງອັນ.

ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງການປຽບທຽບດ້ວຍການເບິ່ງເຫັນນັ້ນ ແມ່ນຂຶ້ນກັບອົງປະກອບທີ່ຄືກັນຂອງເຄື່ອງໝາຍທັງສອງ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງການປຽບທຽບດ້ວຍການເບິ່ງເຫັນນັ້ນສາມາດເກີດຂຶ້ນໄດ້, ເຖິງວ່າຈະມີຄວາມແຕກຕ່າງບາງຢ່າງຂອງສ່ວນປະກອບແຕ່ລະອັນທີ່ມີຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍ, ໂຄງສ້າງໂດຍລວມ, ອັດຕາສ່ວນແລະການເລືອກສີ ເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍໃນພາບລວມນັ້ນ ມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນ.

ສັນຍາລັກແບບຄຳສັບ

(1) ກ່ຽວກັບຄວາມຂັດແຍ່ງລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນແບບຄຳສັບແທ້ໆນັ້ນ, ການປຽບທຽບດ້ວຍສາຍຕາແມ່ນອີງໃສ່ ຈຳນວນແລະລຳດັບຂອງຕົວຫນັງສື, ຕົວເລກ ແລະ ຕົວອັກສອນທີ່ມີຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍ. ການວິເຄາະຕ້ອງໄດ້ເຮັດເປັນພາສາ (ແລະທັງຕົວອັກສອນ) ຂອງສຳນັກງານແຫ່ງຊາດ ພ້ອມທັງພາສາອື່ນໆທີ່ໃຊ້ຫຼືເຂົ້າໃຈກັນທົ່ວໄປໃນປະເທດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄຳສັບຕ່າງໆທີ່ໄດ້ຈາກການທັບສັບຈາກຕົວອັກສອນໜຶ່ງໄປຫາອີກຕົວ

ທົ່ວໂລກຍອມຮັບວ່າ ມີໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ. ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປຈະຮັບຮູ້ເຖິງເຄື່ອງໝາຍໂດຍລວມທັງໝົດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ດຳເນີນການວິເຄາະລາຍລະອຽດ ຕ່າງໆ [...].

[11] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 4, ຂໍ້ 3.4.1.

ອັກສອນໜຶ່ງນັ້ນ ອາດຈະບໍ່ຄືກັນກັບໃນແບບທີ່ປຽບທຽບດ້ວຍການເບິ່ງເຫັນນັ້ນ. (ສັນຍາລັກ ອາດຈະຍັງຄົງຄ້າຍຄືກັນໃນທາງການອອກສຽງ - ໃຫ້ເບິ່ງຂ້າງລຸ່ມນີ້).

ຜູ້ບໍລິໂພກຈະເຫັນເຄື່ອງໝາຍທັງໝົດໂດຍລວມແລະຈະບໍ່ສັງເກດເຫັນຄວາມແຕກຕ່າງເລັກນ້ອຍໃນຈຳນວນຕົວອັກສອນຫຼືຕຳແໜ່ງຂອງພວກເຂົາ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຕົວອັກສອນທີ່ຢູ່ໃນຕອນຕົ້ນຂອງຄຳສັບນັ້ນ ມັກຈະສັງເກດໄດ້ຫຼາຍກວ່າຕົວອັກສອນອື່ນໆໃນຄຳສັບນັ້ນ. ໃນເລື່ອງນີ້, ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງຕົວອັກສອນເລີ່ມຕົ້ນອາດຈະເຮັດໃຫ້ມີຄວາມແຕກຕ່າງໃນມຸມມອງທາງການເບິ່ງເຫັນຫຼາຍກ່ວາການປ່ຽນແປງຮູບແບບຂອງຕົວອັກສອນຕົວໃດຕົວໜຶ່ງທີ່ຢູ່ທາງກາງ.

ໂດຍຕາມປົກກະຕິແລ້ວ, ການປັບປ່ຽນຕົວອັກສອນທີ່ຢູ່ທາງກາງໜຶ່ງຕົວ (ບໍ່ແມ່ນຕົວອັກສອນເລີ່ມຕົ້ນ) ຈະຫລີກລ້ຽງຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງຄຳສັບ ແຕ່ຄວາມຄ້າຍຄືກັນນັ້ນ ກໍ່ຍັງສາມາດຮັກສາໄວ້ໄດ້ ຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຄວນເວົ້າໄດ້ວ່າ ມັນມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນການເບິ່ງເຫັນ: [12]

SPARC	SPARK

ຄວາມຍາວຂອງຄຳສັບ ແລະ ການແຍກຄຳສັບຕ່າງໆ ກໍ່ແມ່ນປັດໃຈໜຶ່ງທີ່ສາມາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການເບິ່ງເຫັນຂອງສັນຍາລັກແບບຄຳສັບ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນເປັນໄປບໍ່ໄດ້ທີ່ຈະສາມາດສ້າງກົດລະບຽບການປ້ອງກັນໄວ້ລ່ວງໜ້າກ່ຽວກັບຂໍ້ຜິດພາດຂອງຈຳນວນຕົວອັກສອນທີ່ແຕກຕ່າງກັນໃນຄຳສັບໃດໜຶ່ງ ເພື່ອຈະຫລີກລ້ຽງການຊອກຫາຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ຫຼື ຈຳນວນຕົວອັກສອນທີ່ຄືກັນ ເຊິ່ງຈະກຳນົດຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ລະຫວ່າງສອງຄຳສັບນັ້ນ.

(2) ໃນກໍລະນີທີ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍ *ຄຳສັບທົ່ວໄປ* ແລະ *ຄຳສັບແບບປະສົມ* (ຕົວຢ່າງ: ຄຳສັບທີ່ສະແດງໂດຍຕົວອັກສອນພິເສດ, ຮູບແບບຕົວອັກສອນ, ຟັອນຕົວ

[12] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ.

ອັກສອນ ຫຼື ສີ, ຫຼືເອົາໄປລວມກັບອົງປະກອບແບບຮູບຮ່າງ) ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ສ່ວນປະກອບຂອງຄຳສັບແມ່ນຈະສັງເກດເຫັນແລະເປັນທີ່ຈື່ຈຳໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນ. ອັນນີ້ ກໍ່ແມ່ນຍ້ອນວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະອ່ານຄຳສັບໃນສັນຍາລັກກ່ອນທຸກຄັ້ງເທົ່າທີ່ເປັນໄປໄດ້.

ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຜ່ານການແນມເຫັນ ແມ່ນຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບວ່າ ຕົວອັກສອນໃນຄຳສັບທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນແມ່ນຢູ່ບ່ອນດຽວກັນ, ແລະມັນກໍ່ຍັງຂຶ້ນກັບຄວາມເຂັ້ມແຂງຂອງຄຸນລັກສະນະພິເສດທີ່ກ່ຽວກັບການເບິ່ງເຫັນເປັນພາບ, ຮູບແບບຂອງຕົວອັກສອນ ຫຼື ອົງປະກອບແບບຮູບຮ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍ. ຖ້າອົງປະກອບແບບຮູບຮ່າງ ຫຼື ຕົວອັກສອນພິເສດບໍ່ແຂງແຮງພໍທີ່ຈະສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງສອງສັນຍາລັກ, ຫຼືຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງຄຳສັບກໍ່ຈະມີຜົນຫລາຍກວ່າ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຈົ້າໜ້າທີ່ຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງຟິລິບປິນພົບວ່າບັນດາສັນຍາລັກດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ມີຄວາມສັບສົນ:

Sweet Valley	SWEET VALLEY
ເຄື່ອງໝາຍຫົວເລື່ອງ ສຳລັບໝາກໄມ້ເຂດຮ້ອນ (ຫມວດ 29)	ເຄື່ອງໝາຍນີ້ອ້າງອີງ (ໃຫ້ກັບເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້) ສຳລັບໝາກໄມ້ກະປ໋ອງ ແລະ ຜັກ (ຫມວດ 29); ໝາກໄມ້ ແລະ ຜັກສົດ (ຫມວດ 31)

ມີຂໍ້ສັງເກດຢູ່ບ່ອນວ່າ ການມີຢູ່ຂອງຂອບຮູບນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນ ແລະ *ບໍ່ໄດ້ປ້ອງກັນ* ບໍ່ໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່າວເຖິງນີ້ ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ເຮັດໃຫ້ສັບສົນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ອ້າງອີງເຖິງ.

ຖ້າຫາກວ່າອົງປະກອບທີ່ເປັນແບບຮູບຮ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ແມ່ນມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ຫຼື ຕົວອັກສອນທີ່ມີສະໄຕລ໌ທີ່ສູງຫລາຍ, ກໍ່ອາດຈະພົບວ່າ ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນມີ

ລັກສະນະແຕກຕ່າງຈາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບມີແຕ່ຄຳສັບ ໂດຍບໍ່ມີອົງປະກອບເປັນແບບຮູບຮ່າງ.

(3) ໃນກໍລະນີທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງລະຫວ່າງສອງ*ສັນຍາລັກທີ່ປະສົມກັນ* (ໝາຍຄວາມວ່າ ເຄື່ອງໝາຍທັງສອງມີຄຳສັບທີ່ມີຫຼືບໍ່ມີຕົວອັກສອນພິເສດ, ຮູບແບບຕົວອັກສອນ, ຟອນຕ໌ຕົວອັກສອນຫຼືສີ, ແລະລວມກັບອົງປະກອບແບບຮູບຮ່າງ) ກໍ່ອາດຈະພົບຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນເຊິ່ງອາດຈະພົບໄດ້ທັງຕົວອັກສອນຫຼືຄຳສັບແບບດຽວກັນ, ໃນຕຳແໜ່ງດຽວກັນ, ແລະອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບຮ່າງ (ປະເພດຕົວອັກສອນ, ຟອນຕ໌ຕົວອັກສອນ, ສີ) ບໍ່ແຂງແຮງພໍທີ່ຈະໃຫ້ຄວາມແຕກຕ່າງຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍແບບປະສົມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ອາດຈະຖືວ່າ ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້. (ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ສຳລັບການຈົດທະບຽນຈະປາກົດຢູ່ເບື້ອງຊ້າຍ ແລະເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນແລ້ວຫຼືໃຊ້ອ້າງອີງກໍ່ຈະປະກົດຢູ່ເບື້ອງຂວາ):

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນໂດເນເຊຍ]

[ຕົວຢ່າງຈາກປື້ມຄູ່ມືກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງປະເທດກຳປູເຈຍ, p.59]

[ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າມີພຽງແຕ່ຕົວອັກສອນບາງຕົວຫຼືພາກສ່ວນໃດໜຶ່ງຂອງຄຳສັບໃດໜຶ່ງຫຼືຄຳສັບຫລາຍຄຳທີ່ຄືກັນໃນສອງສັນຍາລັກ ແລະ ທັງລັກສະນະ(ສະໄຕລ໌) ຫຼື ທັງແບບຮູບຮ່າງຂອງອົງປະກອບນັ້ນ ມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍໃນ ແຕ່ລະເຄື່ອງໝາຍແລ້ວ, ກໍ່ອາດຖືໄດ້ວ່າ ພວກມັນມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນໃນແບບທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ດ້ວຍສາຍຕາ.

(4) ໃນກໍລະນີທີ່*ເຄື່ອງໝາຍປະສົມ*ໄປຂັດແຍ້ງ*ກັບ*ເຄື່ອງ*ໝາຍ*ທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງລ້ວນໆ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະຂອງການເບິ່ງເຫັນແມ່ນຂຶ້ນກັບອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງ, ເພາະວ່າມີພຽງເຄື່ອງໝາຍອັນດຽວ ທີ່ມີສ່ວນປະກອບຂອງຄຳ ແລະອີກເຄື່ອງໝາຍອັນໜຶ່ງແມ່ນບໍ່ມີ. ໃນກໍລະນີນີ້, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະຂອງການເບິ່ງເຫັນອາດຈະພົບເຫັນໄດ້ ຖ້າຫາກວ່າສ່ວນປະກອບແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງໃນເຄື່ອງໝາຍທັງສອງຈະເບິ່ງເຫັນໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນແລະມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນຫຼືເກືອບຄືກັນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າຫາກວ່າອົງປະກອບທີ່ເປັນຄຳສັບໃນເຄື່ອງໝາຍປະສົມມີຄວາມໂດດເດັ່ນຫຼາຍກ່ວາອົງປະກອບແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງແລ້ວ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະຂອງການເບິ່ງເຫັນກັບເຄື່ອງໝາຍ ແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງທັງໝົດກໍ່ອາດຈະຫາຍໄປ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ອຸປະກອນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນບໍ່ຄືກັນ, ແຕ່ອົງປະກອບແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ແມ່ນຢູ່ໃກ້ພຽງພໍທີ່ສັນຍາລັກຈະໄດ້ຖືກພິຈາລະນາວ່າມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະຂອງການເບິ່ງເຫັນ:[13]

ສັນຍາລັກແບບຮູບຮ່າງແລະແບບມີສີ

(1) ໃນກໍລະນີທີ່ມີ*ຄວາມຂັດແຍ່ງ*ກັ*ນລະຫວ່າງ*ພຽງ*ແຕ່ສອງ*ເຄື່ອງ*ໝາຍ*ແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງເທົ່ານັ້ນ (ໝາຍຄວາມວ່າ ບໍ່ມີສັນຍາລັກແບບຄຳສັບທີ່ໄປເປັນສ່ວນປະກອບຂອງເຄື່ອງໝາຍ) ຮູບພາບສາມາດຖືໄດ້ວ່າ ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ ຖ້າພວກເຂົາມີຮູບຮ່າງ, ຮູບແບບ ແລະ ສັດສ່ວນຂອງກັນແລະກັນ. ຮູບແບບຂອງສີທີ່ທີ່ຫລາກຫລາຍທີ່ໃຊ້ ຫຼືການປ່ຽນຈາກສີຂາວດຳໄປເປັນສີອາດຈະບໍ່ເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍແຕກຕ່າງ.

[13] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ

(2) ໃນກໍລະນີຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍສີທີ່ປະສົມກັນນັ້ນ, ກໍ່ຈະພົບກັບຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ ຖ້າສີຂອງເຄື່ອງໝາຍຕ່ໍາງມາໃນພາຍຫລັງ ແມ່ນຄືກັນ ຫຼື ຢູ່ໃນຊ່ວງຂອງໂທນສີທີ່ຜູ້ບໍລະໂພກບໍ່ສາມາດຈໍາແນກຄວາມແຕກຕ່າງໄດ້ຈາກສີໃນເມື່ອກ່ອນຫນ້ານີ້.

ສັນຍາລັກສາມມິຕິ

ຖ້າສອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນນັ້ນ *ເປັນແບບສາມມິຕິ*, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ ກໍ່ຈະຂຶ້ນກັບຄວາມສອດຄ່ອງຂອງຮູບຮ່າງ, ສັດສ່ວນ ແລະ ການເລືອກສີ, ຖ້າຫາກມີ.

*ຄວາມປະທັບໃຈອັນທໍາອິດ*ທີ່ແນມເຫັນໄດ້ ຂອງສັນຍາລັກ ຄວນເປັນສິ່ງທີ່ຕັດສິນໃນການຊອກຫາຄວາມຄ້າຍຄືກັນ. ຄວາມແຕກຕ່າງໃດໆທີ່ສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ພຽງແຕ່ຫຼັງຈາກການກວດກາຢ່າງໃກ້ສິດແລ້ວ, ການວັດແທກຫຼືການກວດສອບແບບອື່ນໆ ຈະບໍ່ມີໃຫ້ເກີດຄວາມແຕກຕ່າງ.

ໃນກໍລະນີຂອງ*ເຄື່ອງໝາຍແບບສາມມິຕິກ່ອນຫນ້ານີ້, ເຊິ່ງຂັດແຍ່ງກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງແບບສອງມິຕິ*, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້ອາດຈະຖືກພົບ ຖ້າເຄື່ອງໝາຍສອງມິຕິມີປະສິດທິຜົນໃນການສ້າງເປັນຮູບຊົງຂອງເຄື່ອງໝາຍໃນເມື່ອກ່ອນ ກໍ່ສາມາດລະບຸໄດ້ງ່າຍວ່າເປັນການເຮັດຊ້ໍາຂຶ້ນມາອີກ. ຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ບໍ່ສໍາຄັນຫຼືບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍ ຈະບໍ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງສາມາດເບິ່ງເຫັນໄດ້.

2.2.2.2.2 ການປຽບທຽບການອອກສຽງ[14]

(1) ການປຽບທຽບການອອກສຽງ ທີ່ສາມາດເຊື້ອໃຈໄດ້ ສາມາດເຮັດໄດ້ພຽງແຕ່ລະຫວ່າງສັນຍາລັກ*ທີ່ມີ* ຢ່າງຫນ້ອຍ ໜຶ່ງ ຫຼືຫລາຍ*ອົງປະກອບຄໍາສັບ* ທີ່ສາມາດອ່ານແລະອອກສຽງໄດ້. ການປຽບທຽບດັ່ງກ່າວ ແມ່ນມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ ເຖິງແມ່ນວ່າສ່ວນປະກອບຂອງຄໍາສັບກໍ່ມີສ່ວນປະກອບແບບເປັນ

[14] ສໍາລັບເລື່ອງນີ້ໃຫ້ເບິ່ງ ສໍານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 4, ຂໍ້ 3.4.2.

ຮູບຮ່າງ ຫຼືໃຊ້ ຕົວອັກສອນພິເສດ, ແບບຕົວອັກສອນ,ຟອນຕ໌ຕົວອັກສອນ ຫຼື ສີ.

ການປຽບທຽບການອອກສຽງນັ້ນ ເປັນໄປບໍ່ໄດ້ຖ້າຫາກສັນຍາລັກໃດໜຶ່ງ ຫຼືທັງສອງ ອັນ ທີ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງກັນ ບໍ່ມີສ່ວນປະກອບ ຄຳສັບທີ່ສາມາດອ່ານແລະອອກສຽງໄດ້. ເຖິງ ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວອາດຈະຍັງສາມາດສົມທຽບໄດ້ແບບລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນ ແລະແບບປຽບທຽບອົງປະກອບລວມ.

(2) ການປຽບທຽບການອອກສຽງແມ່ນຕ້ອງອີງໃສ່ລະຫັດການອອກສຽງຂອງຜູ້ ບໍລິໂພກໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ຄຳສັບຕ່າງປະເທດອາດຈະອອກສຽງ ແຕກຕ່າງກັນໃນແຕ່ລະປະເທດທີ່ແຕກຕ່າງກັນແລະວິທີການທີ່ອອກສຽງ ຂອງຄຳສັບໃນຕ່າງປະ ເທດບໍ່ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງສະເໝີໄປ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ“ LOVING KARE” ສາມາດ*ອອກສຽງຄ້າຍຄື* ຫຼື ຄືກັນກັບຄຳ ສັບຄຳວ່າ“ LAVIN-KER” ໃນເວລາທີ່ອອກສຽງໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ພາສາຂອງເຂົາເຈົ້ານັ້ນ ບໍ່ ແມ່ນພາສາອັງກິດ.

ຖ້າຫາກຈຳເປັນ, ການປຽບທຽບການອອກສຽງຄວນປະກອບດ້ວຍ*ການອອກສຽງ ແບບທັບສັບ*ຂອງບັນດາອົງປະກອບຄຳສັບ ແລະ ການປະເມີນຜົນຂອງສຽງທີ່ໄດ້ຮັບ.

(3) ຄວາມປະທັບໃຈຈາກອອກສຽງໂດຍລວມຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີອົງປະກອບ ຂອງຄຳສັບ ແມ່ນຂຶ້ນກັບຈຳນວນ ແລະ ລຳດັບຂອງພະຍາງຂອງຄຳສັບ ແລະລັກສະນະການອອກສຽງຂອງຄຳສັບໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ. ນອກຈາກ ນັ້ນ ມັນກໍ່ຍັງມີຄວາມສຳຄັນທີ່ຕ້ອງພິຈາລະນາເຖິງຈັງຫວະຂອງການ ອອກສຽງຂອງຄຳພະຍາງຂອງຄຳສັບທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມທຳນຽມຂອງຜູ້ ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງການອອກສຽງແມ່ນພົບເຫັນໄດ້ ຖ້າຫາກສຽງທີ່ອອກມາຈາກ ການອອກສຽງຂອງອົງປະກອບຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງກັນນັ້ນ ມີລັກສະນະຄືກັນຫຼືໃກ້ ຄຽງກັນຫລາຍ ຈົນຈະແຍກບໍ່ອອກຈາກການອອກສຽງ.

ພະຍາງທົ່ວໄປທີ່ພົບເຫັນໃນທັງສອງເຄື່ອງໝາຍ, ລຳດັບການຈັດວາງ ແລະ ຈຳນວນພະຍາງທັງໝົດ ທີ່ປະກອບເປັນຈັງຫວະຂອງຄຳສັບໃດໜຶ່ງ ຈະມີຜົນຕໍ່ການອອກສຽງທີ່ຄ້າຍຄືກັນຫຼືບໍ່ຄືກັນ.

(4) ສັນຍາລັກທາງກຣາຟິກທີ່ສາມາດອ່ານໄດ້ ໂດຍເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຄຳສັບຫຼືປະໂຫຍກໃດໜຶ່ງ ຈະຕ້ອງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງການປຽບທຽບການອອກສຽງ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກເຊັ່ນ '@', '&', '%', '+', ແລະ '#' ທີ່ມີຊື່ ('ວ່າ', 'ແລະ', 'ເປີເຊັນ', 'ບວກ', 'ແອັຊແທັກ') ແລະຕາມປົກກະຕິ ຜູ້ບໍລິໂພກຈະອ່ານຖ້າຫາກພວກມັນເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບ ເຊັ່ນດຽວກັນກັບຕົວອັກສອນຫວ່າງ (ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ: "Quali-T" ອາດຈະຟັງອອກສຽງຄ້າຍຄືຄຳວ່າ "quality") ສຽງຂອງສັນຍາລັກ ແລະຕົວອັກສອນເຫຼົ່ານັ້ນຕ້ອງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງການປຽບທຽບຂອງການອອກສຽງແບບເຕັມສ່ວນແລະສົມບູນແບບ. ສຽງທີ່ແທ້ຈິງຂອງເຄື່ອງ ໝາຍກຣາຟິກເຫຼົ່ານັ້ນຈະຂຶ້ນກັບຊື່ທີ່ໄດ້ຕັ້ງໃຫ້ກັບເຄື່ອງໝາຍໃນພາສາທ້ອງຖິ່ນ.

(5) ໃນກໍລະນີທີ່ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືກຄັດຄ້ານມີພະຍາງ ຫຼື ຄຳທີ່ເຫມືອນກັນ ແຕ່ລຳດັບການຈັດວາງຕົວອັກສອນເປັນທາງປີ້ນ ສະນັ້ນ ຄວາມແຕກຕ່າງກັນນີ້ອາດບໍ່ສາມາດລົບລ້າງຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງການອອກສຽງໄດ້.

ຍົກຕົວຢ່າງ:

BLUE GINGER **vs.** **GINGER BLUES**

ຢູ່ສິງກະໂປ, ກໍລະນີຂອງ *ບໍລິສັດ Hai Tong Co (Pte) Ltd v Ventree Singapore Pte* Ltd [2013] 2 SLR 941, ພິຈາລະນາເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:[15]

[15] ຕົວຢ່າງຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະໂປ.

The Composite Mark	The Sign
Lady Rose	Rose Lady

ຄວາມຈິງທີ່ວ່າພະຍາງທີ່ຖືກຂຽນໃສ່ນຳກັນຕາມລຳດັບການຈັດວາງຕົວອັກສອນໃຫ້ເປັນທາງ ປີ້ນນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ໄດ້ຊ່ວຍປ້ອງກັນ ບໍ່ໃຫ້ພົບເຫັນວ່າ ເຄື່ອງໝາຍທັງສອງມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນ.

(6) ຄຸນຄ່າຂອງການອອກສຽງຂອງຄຳສັບຕ່າງປະເທດຫຼືຄຳສັບແບບຈີນຕະ ນາການ ແມ່ນການອອກສຽງຂອງຄົນທົ່ວໄປໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກສ່ວນໃຫຍ່ໃນປະເທດເຂົ້າໃຈພາສາຕ່າງປະເທດແລະຈະ ອອກສຽງເປັນພາສາຕ່າງປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ການອອກສຽງນີ້ຕ້ອງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງ ການປຽບທຽບຂອງການອອກສຽງ.

(7) ການພິຈາລະນາຄວນແນໃສ່ການໃຊ້ຕົວອັກສອນຕ່າງໆທີ່ໃຫ້ສຽງຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ ເມື່ອອອກສຽງ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ສຽງຂອງຕົວອັກສອນ "b" ແລະ "p" ຫຼື "x" ແລະ "s" ອາດຈະຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນແບບສັບສົນໃນເວລາທີ່ໄປອອກສຽງໃນສະພາບການ ໃດໜຶ່ງ. ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງຕົວອັກສອນນີ້ອາດຈະບໍ່ພຽງພໍທີ່ຈະຫລີກລ້ຽງການ ຄົ້ນຫາຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງການອອກສຽງ.

(8) ເມື່ອປຽບທຽບສັນຍາລັກແບບປະສົມສອງແບບ ເພື່ອຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງການ ອອກສຽງ, ໂດຍປົກກະຕິ ອົງປະກອບຂອງຄຳສັບຈະມີຜົນຫລາຍກວ່າສ່ວນ ປະກອບແບບເປັນຮູບຮ່າງເພາະວ່າຜູ້ບໍລິໂພກຈະມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະອ່ານແລະເກັບ ຮັກສາຄຳສັບນັ້ນໄວ້ຫລາຍກວ່າອົງປະກອບແບບຮູບພາບທີ່ມາພ້ອມກັນ. ຍົກ ຕົວຢ່າງ, ສັນຍາລັກປະສົມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ພົບວ່າມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນໃນເລື່ອງການ ອອກສຽງ ເຖິງແມ່ນວ່າຮູບລັກສະນະພາຍນອກຈະແຕກຕ່າງຈາກການທີ່ໄດ້ເບິ່ງ ເຫັນ:

[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນໂດເນເຊຍ]

[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍກົມຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດໄທ]

2.2.2.2.3 ການປຽບທຽບອົງປະກອບລວມ[16]

ສັນຍາລັກທີ່ມີເນື້ອໃນຄວາມໝາຍ

ຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍສອງອັນນັ້ນ ອາດເປັນຍ້ອນຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນແນວຄວາມຄິດຫຼືຄວາມ ໝາຍຂອງສັນຍາລັກດັ່ງທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມເຂົ້າໃຈຈາກຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ການປະເມີນອົງປະກອບລວມສາມາດປະຕິບັດໄດ້ພຽງແຕ່ສະເພາະສັນຍາລັກທີ່ມີເນື້ອໃນຄວາມໝາຍເທົ່ານັ້ນ, *ໝາຍຄວາມว่า* ກໍ່ແມ່ນສັນຍາລັກທີ່ມີຄວາມໝາຍຢ່າງໜ້ອຍຄວາມໝາຍໜຶ່ງທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ໂດຍທົ່ວໄປ. ສັນຍາລັກທີ່ມີຄວາມໝາຍນັ້ນ ກໍ່ຈະເປັນດັ່ງນີ້:

[16] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 4, ຂໍ້ 3.4.3 ແລະ 3.4.4.

- ສັນຍາລັກທີ່ມີສ່ວນປະກອບທີ່ເປັນຄຳສັບທີ່ມີຄວາມໝາຍຢູ່ໃນພາສາຫຼືພາສາໃດໜຶ່ງຂອງປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ; ຫຼື
- ສັນຍາລັກທີ່ມີ*ອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ*ທີ່ສະແດງເຖິງສິ່ງທີ່ມີຄວາມໝາຍ, ເຊັ່ນວ່າບາງສິ່ງບາງຢ່າງທີ່ສາມາດຮັບຮູ້ຈື່ຈຳແລະອະທິບາຍບັນລະຍາຍອອກມາຫຼືຕັ້ງຊື່ເປັນຄຳເວົ້າໄດ້.

ຖ້າຫາກມີພຽງໜຶ່ງໃນສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນນັ້ນມີຄວາມໝາຍ, ການປຽບທຽບກໍ່ຈະບໍ່ສາມາດເຮັດໄດ້. ໃນການສະຫລຸບຂອງການປຽບທຽບລະຫວ່າງສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວ, ມັນຈະບໍ່ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນດ້ານອົງປະກອບລວມລະຫວ່າງພວກມັນ, ນັ້ນແມ່ນກໍ່ວ່າ, ມັນບໍ່ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນດ້ານອົງປະກອບລວມ.

ປັດໃຈຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການປຽບທຽບອົງປະກອບລວມ

(1) ຄວາມຄ້າຍຄືກັນທາງດ້ານອົງປະກອບລວມລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍແບບຄຳສັບ, ຫຼືລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ສ່ວນປະກອບຫຼັກຫຼືຕົ້ນຕໍແມ່ນບັນດາຄຳສັບຕ່າງໆ, ກໍ່ອາດຈະສາມາດພົບເຫັນໄດ້ ຖ້າຫາກວ່າຄຳສັບທັງສອງທີ່ມີຄວາມໝາຍແບບດຽວກັນ, ແບບທີ່ຄ້າຍຄືກັນ, ຫຼືອ້າງເຖິງແນວຄວາມຄິດ, ຫຼືແນວຄິດທີ່ມີຄວາມໃກ້ຊິດພຽງພໍທີ່ຈະໄດ້ຮັບການກ່ຽວຂ້ອງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ:

PANTHER vs. PUMA

HEAVEN vs. PARADISE

[ຮູບຈາກ: http://www.oneclueanswer.com/tag/emoji-pop-sunlight/]

(2) ໃນກໍລະນີທີ່*ເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບແບບປະສົມມີສອງຄຳຫຼືຫຼາຍຄຳຂຶ້ນໄປທີ່ໃຊ້ຮ່ວມກັນ* ແລະ ມີຄວາມໝາຍ ສະເພາະທີ່ແຕກຕ່າງໄປຈາກຄວາມໝາຍຂອງຄຳສັບແຕ່ລະຄຳ ກໍ່ຄວນຄຳນຶງເຖິງຄວາມໝາຍສະເພາະໃດໜຶ່ງຂອງມັນເທົ່ານັ້ນ. ບໍ່ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນດ້ານອົງປະກອບລວມລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບ ຖ້າວ່າຄວາມຄ້າຍຄືກັນນັ້ນ ແມ່ນໄປອີງໃສ່ພຽງແຕ່ຄຳສັບໃດໜຶ່ງທີ່ເປັນສ່ວນປະກອບໜຶ່ງຂອງຄຳປະສົມຫລາຍຄຳ , ເຊິ່ງໄດ້ຖືກແຍກອອກມາຕ່າງຫາກ.

ສຳລັບຕົວຢ່າງ:

FIREWORKS ທຽບກັບ **SKUNK WORKS**

DARKROOM ທຽບກັບ **DARK SAND**

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍປະກອບດ້ວຍຫລາຍຄຳສັບລວມກັນ ຫຼື ເປັນສຳນວນຖ້ອຍຄຳທີ່ສະແດງອອກເປັນພາສາຕ່າງປະເທດແລະຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປໃນປະເທດ ຈະເຂົ້າໃຈໄດ້ພຽງແຕ່ສ່ວນໜຶ່ງຂອງຄຳສັບທີ່ແບ່ງປັນອອກໄປໄວ້ກັບເຄື່ອງໝາຍສອງອັນ ແຕ່ກໍ່ບໍ່ເຂົ້າໃຈສຳນວນທັງຫມົດ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນດ້ານອົງປະກອບລວມນັ້ນ ສາມາດປະເມີນຜົນໄດ້ພຽງແຕ່ກ່ຽວກັບສ່ວນທີ່ມີຄວາມໝາຍສຳລັບຜູ້ບໍລິໂພກເຫຼົ່ານັ້ນ. ຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນທາງອົງປະກອບລວມອາດຈະຖືກຄົ້ນພົບໃນຂອບເຂດທີ່ພຽງແຕ່ຈະມີການພິຈາລະນາຄວາມໝາຍຂອງສ່ວນລວມເທົ່ານັ້ນ.
ສຳລັບຕົວຢ່າງ:

GAME BUDDY ທຽບກັບ **GAMEWAY**

ໃນຕົວຢ່າງນີ້, ຖ້າມີແຕ່ຄຳສັບ “GAME” ກໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ອົງປະກອບນັ້ນສາມາດເຮັດໃຫ້ເຫັນໄດ້ເຖິງຄວາມຄ້າຍຄື. ແຕ່ວ່າ, ຖ້າອີງໃສ່ພາກສ່ວນຂອງເຄື່ອງໝາຍ ແລະ ພາບລວມຂອງເຄື່ອງໝາຍແລ້ວ, ຄວາມຄ້າຍຄືນັ້ນ ອາດຈະບໍ່ສ້າງຄວາມສັບສົນ ຖ້າບໍ່ເຫັນເຄື່ອງໝາຍ ຫຼື ບໍ່ໄດ້ຍິນການອອກສຽງທີ່ຄ້າຍຄື ລະຫວ່າງ ສັນຍາລັກ ດັ່ງກ່າວ.

(3) ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍ*ຊື່ຂອງບຸກຄົນ*ນັ້ນ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນກໍ່ອາດຈະພົບເຫັນຢູ່ໃນອົງປະກອບລວມທີ່ວ່າ ຊື່ໜຶ່ງ ແມ່ນຮາກເຫງົ້າຫຼືຜົນທີ່ໄດ້ອອກມາຈາກຊື່ອື່ນ, ຫຼືໃນກໍລະນີທີ່ມີການສະກົດຄຳທີ່ແຕກຕ່າງກັນຂອງຊື່ອັນດຽວກັນ.

ສຳລັບຕົວຢ່າງ:

TERRY ທຽບກັບ **TERRI**

CAROLE ທຽບກັບ **KAROLE**

KLAMERT ທຽບກັບ **KLAMBERTON**

(4) ຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນດ້ານອົງປະກອບລວມ ອາດຈະພົບເຫັນຢູ່ລະຫວ່າງສອງສັນຍາລັກທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍ *ຕົວເລກຫຼືຕົວອັກສອນ.* ໃນກໍລະນີນີ້, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນດ້ານອົງປະກອບລວມແມ່ນຜົນມາຈາກຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ຄວາມໝາຍຂອງຕົວເລກນັ້ນ ແມ່ນມີຄວາມຄືກັນຫຼືມີຄວາມສຳພັນກັນໄດ້ງ່າຍ, ຫຼືວ່າຕົວອັກສອນນັ້ນແມ່ນຄືກັນ. ຄວາມຫລາກຫລາຍຂອງ ສະໄຕລ໌, ຮູບແບບຕົວອັກສອນ, ຟອນຕ໌ຕົວອັກສອນ, ຫຼືສີ ທີ່ແຕກຕ່າງກັນນັ້ນ ບໍ່ສາມາດກຳຈັດຄວາມຄ້າຍຄືກັນໄດ້ ເພາະວ່າຄວາມໝາຍຂອງຕົວເລກຫຼືຕົວອັກສອນນັ້ນຈະເຫນືອກວ່າ.

ສຳລັບຕົວຢ່າງ:

JIM-1000 ທຽບກັບ **JIM THOUSAND**

MK200 ທຽບກັບ **MK2000**

(5) ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງອົງປະກອບລວມສາມາດພົບໄດ້ລະຫວ່າງບັນດາສັນຍາລັກທີ່*ອົງປະກອບແບບເປັນຮູບຮ່າງ*, ເຊິ່ງຄວາມໝາຍ ຫຼື ແ*ນວຄວາມຄິດທີ່ສະແດງໂດຍອົງປະກອບແບບເປັນຮູບຮ່າງນັ້ນ* ແມ່ນຄືກັນໃນເຄື່ອງໝາຍທັງສອງ, ຫຼືອາດຈະມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງໂດຍກົງ, ເຖິງແມ່ນວ່າຮູບພາບຈະບໍ່ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ສຳຜັດໄດ້ດ້ວຍການເບິ່ງເຫັນ. ຍົກຕົວຢ່າງ:

[ຮູບພາບ ຕາມລຳດັບຈາກ: http://www.dezignwithaz.com/soccer-player-wall- stickers-p-1210.html and http://www.clipartpanda.com/categories/soccer-player- silhouette]

[ຮູບພາບ ຕາມລຳດັບຈາກ, from https://www.kisspng.com/png-hummingbird-drawing- blue-clip-art-crowned-clipart-1439446/ and http://www.thisiscolossal.com/2012/09/gorgeous-painted-birds-by-adam-s- doyle/]

(6) ຄວາມຄ້າຍຄືກັນດ້ານອົງປະກອບລວມລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບ ແລະ ເຄື່ອງ ໝາຍ*ທີ່ມີ*ອົງ*ປະກອບແບບເປັນຮູບຮ່າງ* ທີ່ມີຫຼືບໍ່ມີ ຄຳສັບນັ້ນ ສາມາດພົບເຫັນໄດ້ ຖ້າຫາກ ເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບນັ້ນສອດຄ່ອງກັບ *ຄວາມໝາຍ ຫຼື ແນວຄວາມຄິດ* ທີ່ສະແດງໂດຍອົງ ປະກອບແບບເປັນຮູບຮ່າງ ຫຼືຖ້າຄວາມໝາຍຂອງອົງປະກອບນີ້ ສາມາດພົວພັນໄດ້ ໂດຍກົງກັບເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບ. ຍົກຕົວຢ່າງ:

RED
SAMURAI

[ຮູບພາບ ຈາກ: http://www.dreamstime.com/royalty-free-stock-photo-samurai- warrior-cute-image12292605]

[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງ
ປະເທດຟິລິບປິນ]

(7) ຄວາມຄ້າຍຄືກັນດ້ານອົງປະກອບລວມລະຫວ່າງ *ເຄື່ອງໝາຍແບບປະສົມສອງຢ່າງ* ທີ່ອາດຈະພົບເຫັນໄດ້ ຖ້າຫາກว่า ຄຳສັບທີ່ຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍທັງສອງນັ້ນ ມັນມີຄວາມໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນ.

ຕົວຢ່າງ, ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງຂອງປະເທດຟິລິບປິນພົບວ່າເຄື່ອງໝາຍແບບປະສົມດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ສັບສົນ:

ເຄື່ອງໝາຍຂໍຈົດທະບຽນ ເຄື່ອງໝາຍອ້າງອີງ(ກ່ອນຫນ້ານີ້)
ທັງສອງແບບແມ່ນໃຊ້ສຳລັບ*ບໍລິການຮ້ານອາຫານ.*

ໃນກໍລະນີນີ້, ມັນເປັນທີ່ຫນ້າສັງເກດໄດ້ວ່າ ໂອກາດຂອງຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆທີ່ຄ້າຍຄືກັນນັ້ນ ແມ່ນບໍ່ສາມາດຫຼີກລ້ຽງໄດ້ ໂດຍການເພີ່ມໃສ່ຫຼືລົບເຄື່ອງໝາຍຫຼັກອອກ. [ກ່ຳໝາຍເຖິງອົງປະກອບແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງ] ຖ້າຫາກພາກສ່ວນທີ່ສຳຄັນ*ມີລັກສະນະສະເພາະ* (ຄຳສັບ) ຂອງສອງເຄື່ອງໝາຍແມ່ນອັນດຽວກັນຫຼືຄືກັນ, ເຄື່ອງໝາຍກ່ຳອາດຈະຄ້າຍຄືກັນຢ່າງສັບສົນ, ເຖິງແມ່ນວ່າມັນຈະມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ.

ຖ້າຫາກว่า ວ່າອົງປະກອບຄຳສັບມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນດ້ານອົງປະກອບລວມ, *ອົງປະກອບທີ່ເປັນແບບຮູບຮ່າງ*ກ່ຳອາດ ຈະນຳໄປສູ່ການຄົ້ນພົບຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນສັນຍາລັກ, ຖ້າຫາກว่າອົງປະກອບເຫຼົ່ານັ້ນມີລັກສະນະສະເພາະພໍທີ່ຈະຖືກຮັບຮູ້ໄດ້ຫຼາຍກວ່າແລະເຫນືອກວ່າອົງປະກອບຂອງຄຳສັບທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ແຕ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້ຫນ້ອຍກວ່າ. ຖ້າຫາກຄວາມໝາຍ ຫຼື*ແນວຄວາມຄິດທີ່ສະແດງໂດຍຮູບຮ່າງນັ້ນ* ແມ່ນຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນແລະອົງປະກອບທີ່

ເປັນແບບຮູບຮ່າງນັ້ນແມ່ນມີລັກສະນະສະເພາະໃນສັນຍາລັກທັງສອງ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນດ້ານ ອົງປະກອບລວມກໍ່ອາດຈະຖືກຄົ້ນພົບໄດ້.

ສຳລັບຕົວຢ່າງ:

ທຽບກັບ

[ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດອິນໂດເນເຊຍ]

2.2.2.3 ອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະ ແລະ ຈຸດດ້ອຍ ຂອງສັນຍາລັກ

ເມື່ອປຽບທຽບເຄື່ອງໝາຍສອງອັນເພື່ອກຳນົດໂອກາດທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມ ສັບສົນນັ້ນ, ຄວາມເຂັ້ມແຂງທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະຂອງບັນດາອົງປະກອບທີ່ມີຢູ່ໃນເຄື່ອງ ໝາຍນັ້ນ ກໍ່ຕ້ອງໄດ້ ຄຳນຶງເຖິງແລະພິຈາລະນາ.

ຖ້າຫາກລັກສະນະສະເພາະຫຼືຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃນເຄື່ອງໝາຍ ແມ່ນມີຢູ່ໃນອົງ ປະກອບທີ່ມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນ ແລະ *ຈຸດແຂງ* ເຊິ່ງບັນຈຸຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ ເຊິ່ງມັນ ໄດ້ຖືກເຮັດຊ້ຳກັນຢ່າງເຕັມສ່ວນຫຼືເປັນສ່ວນຫຼາຍໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາໃນພາຍຫລັງ, ສິ່ງນີ້ຈະ ເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍມີຄວາມຄືກັນ ຫຼື ຄ້າຍຄືກັນຫຼາຍ. ຄວາມເປັນເອກະລັກຫຼືຄວາມຄ້າຍຄື ກັນໃນແງ່ຂອງສ່ວນປະກອບທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະ ແລະ ຈຸດແຂງຂອງມັນ ມີແນວໂນ້ມທີ່ ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ ຖ້າຫາກສັນຍາລັກທັງສອງໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນຕະຫຼາດ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າຫາກຄຳສັບຫຼືອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະເປັນຮູບເປັນຮ່າງທີ່ ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນໃນສອງສັນຍາລັກນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ມີລັກສະນະສະເພາະ, ຫຼືພຽງແຕ່ມີລັກສະນະ ສະເພາະທີ່*ອ່ອນແອ*, ຕົວຕົນເອກະລັກຫຼືລັກສະນະຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງເຄື່ອງໝາຍກໍ່ແມ່ນ ຂຶ້ນກັບອົງປະກອບ ທີ່ທັງສອງຝ່າຍບໍ່ສາມາດຮຽກຮ້ອງຫຼືອ້າງສິດສະເພາະໄດ້ ໂດຍປົກກະຕິ ແລ້ວຄວາມຄ້າຍຄືກັນດັ່ງກ່າວບໍ່ໄດ້ຮັກສາໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນໄດ້.

ໃນກໍລະນີດັ່ງກ່າວ, ການປະເມີນຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັ້ນ ກໍ່ຄວນສຸມໃສ່ຜົນກະທົບຂອງ*ອົງປະກອບທີ່ບໍ່ກົງກັບຄວາມຮູ້ສຶກ ໂດຍລວມຂອງສັນຍາລັກ*ນັກກວດສອບຄວນຄຳນຶງເຖິງລັກສະນະສະເພາະຂອງອົງປະກອບທີ່ບໍ່ກົງກັນ.

ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ອົງປະກອບໃດໜຶ່ງທີ່ມີຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີລັກສະນະທົ່ວໄປ, ທີ່ສາມາດອະທິບາຍໄດ້, ທີ່ເປັນທີ່ຍ້ອງຍໍ, ຫຼືກ່າວເຖິງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸນັ້ນ ແມ່ນມີຄວາມໂດດເດັ່ນໃນລະດັບຕ່ຳແລະບໍ່ສະໜັບສະໜູນກວດສອບຫາຄວາມສັບສົນ.

ເມື່ອເຄື່ອງໝາຍໄດ້ມີການແບ່ງປັນອົງປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນໃນລະດັບຕ່ຳ, ກໍ່ອາດຈະມີໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນໄດ້ຖ້າຫາກว่า:

- ອົງປະກອບອື່ນໆແມ່ນມີຄວາມໂດດເດັ່ນໃນລະດັບຕ່ຳ ຫຼື ຕ່ຳກວ່າທີ່ເທົ່າທຽມກັນ ຫຼືມີຜົນກະທົບໃນການເບິ່ງເຫັນໄດ້ໜ້ອຍ. ແຕ່ການສະແດງ*ຜົນອອກມາ ໂດຍລວມຂອງສັນຍາລັກ*ນັ້ນ ແມ່ນຄ້າຍຄືກັນ, ຫຼື
- ຄວາມ*ປະທັບໃຈໂດຍລວມ*ຂອງເຄື່ອງໝາຍແມ່ນຄ້າຍຄືກັນຫຼືຄືກັນ ໃນລະດັບສູງ.

ສຳລັບຕົວຢ່າງໃນຂໍ້ຂັດແຍ່ງລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບທີ່ໃຊ້ສຳລັບ "ຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງສຳອາງ" ທີ່ໃຊ້ອົງປະກອບຂອງຄຳນຳໜ້າທົ່ວໄປທີ່ແມ່ນຄຳว่า "COSME", ອົງປະກອບທີ່ຍັງເຫຼືອຢູ່ໃກ້ຄຽງກັນກໍ່ພໍທີ່ຈະສ້າງຄວາມຮູ້ສຶກໂດຍລວມທີ່ຄ້າຍຄືກັນ. ສິ່ງນີ້ຈະຮັບປະກັນໄດ້ເລີຍว่า ອາດຈະຄວາມສັບສົນ:

COSMEGLOW ທຽບກັບ COSMESHOW

ຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນກໍລະນີຂອງເຄື່ອງໝາຍແບບຮູບຮ່າງຫຼືຮູບປະສົມທີ່ມີສ່ວນປະກອບທີ່ໃຊ້ທົ່ວໄປຫຼືທີ່ສາມາດອະທິບາຍໄດ້ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ເປັນບັນຫາ, ແຕ່ການຈັດຫາອົງປະກອບເຫຼົ່ານັ້ນໂດຍສະເພາະ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ພວກເຂົາມີຄວາມຮູ້ສຶກໂດຍລວມທີ່ກ່ຽວກັບ *ຄວາມປະທັບໃຈໂດຍລວມ* ຫຼືຄວາມຄ້າຍຄືກັນ, ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດສັບສົນ. ໃນກໍລະນີເຫຼົ່ານີ້, ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມານຳຫລັງຄວນຖືກປະຕິເສດ: [17]

(Class 43: Holiday accommodation services)

(Class 9: Solar energy collectors for electricity generation)

ຖ້າຫາກສອງເຄື່ອງໝາຍ ມີອົງປະກອບທີ່*ເປັນຮູບຮ່າງແບບດຽວກັນ* ຈົນອາດພິຈາລະນາໄດ້ວ່າມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນດວ້ຍການເບິ່ງເຫັນ. ແຕ່ອົງປະກອບທົ່ວໄປດັ່ງກ່າວບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ພວກມັນມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ, ແລະອົງປະກອບອື່ນໆທີ່ມີໃນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນແຕກຕ່າງກັນ, ບໍ່ມີໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນສາມາດພົບເຫັນໄດ້ໃນເຄື່ອງໝາຍ ເຫຼົ່ານັ້ນ. ພວກເຂົາອາດຈະໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ຢູ່ຮ່ວມກັນໃນຕະຫຼາດ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະ�โปໄດ້ຍົກຟ້ອງຝ່າຍທີ່ສະແດງການຄັດຄ້ານໂດຍອີງໃສ່ຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສັນຍາລັກ (ແບບປະສົມ) ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້: [18]

[17] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍ ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ.

[18] ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະ�โปໄດ້ ເບິ່ງໄດ້ທີ່: https://www.ipos.gov.sg/docs/default-source/resources- library/hearings-and-mediation/legal-decisions/2019/guess-v-jen-chi-2019-sgipos-3.pdf

ເຄື່ອງໝາຍຂໍຈົດທະບຽນ ເຄື່ອງໝາຍອ້າງອີງ

ໃຊ້ສຳລັບສິນຄ້າທີ່ຢູ່ໃນຫມວດ 25 ຂອງ NCL (ເຄື່ອງແຕ່ງກາຍ)

IPOS ຫຼື ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະ�โป ໄດ້ສະຫລຸບໄວ້ວ່າ ອຸປະກອນສາມຫລ່ຽມທາງປີ້ນ ທີ່ມີຢູ່ທົ່ວໄປໃນເຄື່ອງໝາຍຂໍຈົດທະບຽນແລະເຄື່ອງໝາຍອ້າງອີງ ແມ່ນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະພໍເທົ່າໃດ ຖ້າທຽບໃສ່ກັບລັກສະນະສະເພາະຂອງອົງປະກອບພາຍໃນສາມຫລ່ຽມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ອົງປະກອບເຫຼົ່ານີ້ ບໍ່ຄືກັນ, ແລະໃນການປະເມີນໂດຍລວມແລ້ວ ຫ້ອງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໄດ້ໃຫ້ສະຫຼຸບວ່າ ເຄື່ອງໝາຍບໍ່ຄືກັນ.

ໃນກໍລະນີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສອງສັນຍາລັກປະສົມ (ທີ່ມີການປະສົມກັນ), ມັນມີພຽງແຕ່ຄຳວ່າ "flexi" ເທົ່ານັ້ນທີ່ໃຊ້ກັບສັນຍາລັກທັງສອງ. ສ່ວນວ່າອົງປະກອບອື່ນໆນັ້ນ ມັນແຕກຕ່າງກັນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ອົງປະກອບຂອງຄຳສັບທົ່ວໄປ "flexi" ແມ່ນ ເປັນຄຳອະທິບາຍທີ່ກ່ຽວກັບ "*ການບໍລິການບັດເຄຣດິດ"ແລະ "ການບໍລິການດ້ານການເງິນ"* ທີ່ໄດ້ລະບຸແລະບໍ່ສາມາດອ້າງອົງສິດໃນການຜູກຂາດຂອງຝ່າຍໃດຝ່າຍໜຶ່ງ. ເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ໄດ້ເຮັດໃຫ້ເກີດມີຄວາມສັບສົນແລະດັ່ງນັ້ນອາດຈະຖືກໃຫ້ຈົດທະບຽນໄດ້ ແລະກໍ່ສາມາດຢູ່ຮ່ວມກັນໃນຕະຫຼາດໄດ້.[19]

[19] ຕົວຢ່າງທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍ ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ.

vs.

(Class 9: Credit cards)

ນີ້ແມ່ນບາງຕົວຢ່າງຂອງສັນຍາລັກປະສົມທີ່ມີອົງປະກອບ*ທຳມະດາ* ຫຼື ມີຢູ່ທົ່ວໄປ. ແຕ່ມັນຈະເຮັດໃຫ້ທ່ານມີຄວາມປະທັບໃຈໂດຍລວມ ແລະ ມັນຈະບໍ່ເຮັດໃຫ້ທ່ານສັບສົນ. ເພາະສະນັ້ນ, ເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານີ້ອາດຈະຢູ່ຮ່ວມກັນເປັນເຄື່ອງໝາຍຂອງ "Pasta ແລະ Noodles":

vs.

[ຮູບພາບໄດ້ຈາກ: http://www.dreamstime.com/royalty-free-stock- images-spaghetti-pasta-bakery-labels-pack-spaghet-windmill-field-bread- image35508609 and http://www.dreamstime.com/stock-images-spaghetti-pasta- bakery-labels-pack-spaghet-windmill-field-bread-image35507744]

ຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບທີ່ມີຄວາມໝາຍທຳມະດາທົ່ວໄປທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ: ກໍ່ແມ່ນ ຄຳວ່າ " protection screen (ໜ້າຈໍສຳລັບການປ້ອງກັນ)" ແລະ " protective screen (ໜ້າຈໍທີ່ໃຊ້ປ້ອງກັນ)" ແມ່ນສ່ວນໜຶ່ງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນນັ້ນ, ເປັນພຽງແຕ່ການອະທິບາຍຜະລິດຕະພັນແລະສາມາດນຳ ໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນນັ້ນເອງໄດຢ່າງເສລີ. ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານີ້ ຈຶ່ງອາດຈະຢູ່ຮ່ວມກັນໄດ້ໃນຕະຫຼາດ.

Nivea protection screen

vs.

Coral protective screen

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນໃຊ້ສຳລັບ “ຜະລິດຕະພັນຮັກສາຄວາມງາມ” ອົງປະກອບທົ່ວໄປທຳມະດາພຽງຢ່າງດຽວ ກໍ່ແມ່ນຄຳ ວ່າ "LUX", ເຊິ່ງເປັນເລື່ອງທຳມະດາໃນອຸດສາຫະກຳເຄື່ອງສຳອາງທີ່ກ່າວອ້າງເຖິງ "ຄວາມຫລູຫລາ" ຫຼື "ບາງເບົາ", ເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ໄດ້ເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນແລະອາດຈະຢູ່ຮ່ວມກັນໄດ້ໃນຕະຫຼາດ.

MORELUX vs. INLUX

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ອາດຈະຢູ່ຮ່ວມກັນກັບຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຮູບເງົາ ທີ່ມີອົງປະກອບທົ່ວໄປ ນັ້ນກໍ່ຄືຄຳວ່າ “MOVIE”, ເຊິ່ງໝາຍເຖິງອຸດສະຫະກຳຮູບເງົາທົ່ວໄປແລະອາດຈະບໍ່ສາມາດອ້າງສິດພິເສດ ສຳລັບການນຳໃຊ້ນັ້ນໄດ້:

MOVIEFAN vs. MOVIEPLEX

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ໃຊ້ສຳລັບ 'ວັດສະດຸກໍ່ສ້າງ' ແລະ 'ການບໍລິການກໍ່ສ້າງ' ເຊິ່ງຈະໃຊ້ອົງປະກອບຂອງຄຳ ນຳຫນ້າ ທີ່ເປັນຄຳວ່າ “BUILD”, ເຊິ່ງຫາເຫັນໄດ້ທົ່ວໄປໃນອຸດສາຫະກຳການກໍ່ສ້າງ. ອົງປະກອບທີ່ຍັງເຫຼືອ ທີ່ແມ່ນຄຳວ່າ “ GRO” ແລະ “FLUX” ແມ່ນແຕກຕ່າງກັນ. ໃນການປະເມີນໂດຍລວມ ມັນບໍ່ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດມີຄວາມສັບສົນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານີ້:

BUILDGRO vs. BUILDFLUX

ສິ່ງທີ່ຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບດ້ວຍອົງປະກອບຮ່ວມກັນເຊິ່ງເປັນທີ່*ຫນ້າຍ້ອງຍໍ*: ໃນກໍລະນີນີ້, ຄຳວ່າ 'supreme (ສູງສຸດ)' ທີ່ໃຊ້ໃນເຄື່ອງໝາຍທັງສອງແມ່ນບໍ່ໂດດເດັ່ນແລະບໍ່ສາມາດໃຊ້ເພື່ອເປັນພື້ນຖານໃນການຊອກຫາຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສັນຍາລັກຫຼືຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ

vs.

[ຮູບພາບ, ຕາມລະດັບ ຈາກ: http://www.residentadvisor.net/record- label.aspx?id=1896 ແລະ http://www.residentadvisor.net/record- label.aspx?id=6082]

2.2.2.4 ປັດໄຈອື່ນທີ່ເຮັດໃຫ້ສັນຍາລັກມີລັກສະນະສະເພາະເພີ່ມຂຶ້ນ

ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍແມ່ນຄວາມສາມາດໃນການເຊື່ອມໂຍງຫຼືເຊື່ອມໂຍງເຂົ້າໄປໃນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ, ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບແຫລ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າໂດຍສະເພາະແລະດ້ວຍເຫດນີ້ເອງ, ເພື່ອຈຳແນກສິນຄ້າແລະການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ ອອກຈາກສິນຄ້າແລະການບໍລິການຂອງບຸກຄົນອື່ນທີ່ນຳສະເໜີໃນຕະຫຼາດດຽວກັນ.

ສັນຍາລັກມີ**ລັກສະນະສະເພາະໃນຫລາຍລະດັບ**ທີ່ແຕກຕ່າງກັນໄປ:

- ❖ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນພຽງແຕ່ລັກສະນະທົ່ວໄປ, ທີ່ອະທິບາຍພັນລະນາ ຫຼື ໃຊ້ວຽກໄດ້ນັ້ນ*ແມ່ນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ.*

- ❖ ສັນຍາລັກທີ່*ເວົ້າເຖິງລັກສະນະ*, ການນຳໃຊ້, ປະເພດ, ຄຸນນະພາບ ຫຼື ຄຸນລັກສະນະອື່ນໆຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ແຕ່ພວກມັນບໍ່ມີລັກສະນະທົ່ວໄປ, ທີ່ອະທິບາຍໄດ້, ຫຼືໃຊ້ວຽກໄດ້, ພວກມັນມີລັກສະນະສະເພາະໃນລະດັບຕ່ຳ. ພວກມັນອາດຈະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ, ແຕ່ມັນຈະຍັງຄົງມີ 'ຈຸດດ້ອຍ' ຍ້ອນວ່າມັນຈະບໍ່ສາມາດຕ້ານທານກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາໃນພາຍຫລັງ ທີ່ບໍ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນປານໃດ.

- ❖ ສັນຍາລັກທີ່ມີ*ລັກສະນະແບບຈິນຕະນາການ* ຫຼື *"ຕາມທີ່ໃຈຕົນເອງມັກ"* ແມ່ນມີລັກສະນະສະເພາະແລະໂດດເດັ່ນໃນລະດັບ "ມາດຕະຖານ" ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າທີ່ລະບຸຫຼືຄ້າຍຄືກັນ. ການມີຢູ່ຂອງພວກມັນແມ່ນເປັນພື້ນຖານ ສຳລັບການປະຕິເສດເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາໃນພາຍຫລັງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການດຽວກັນ.

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນໂດຍເນື້ອແທ້ ແຕ່ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ ອາດຈະ *ໄດ້ຮັບ ລັກສະນະສະເພາະ*ໂດຍຜ່ານການນຳໄປໃຊ້ໃນການຄ້າ. ລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມາ ຄວນໄດ້ຮັບ ການຍອມຮັບຈາກນັກກວດສອບໃນຂອບເຂດທີ່ມີການຮຽກຮ້ອງແລະພິສູດໂດຍພາກສ່ວນຂອງຜູ້ ທີ່ສົນໃຈ.

ຖ້າຫາກຫຼັກຖານສະແດງໃຫ້ເຫັນຄວາມລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ມາ, ກໍ່ອາດຈະມີການ ອ້າງອີງເຖິງເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວກັບການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ມາພາຍຫລັງເຊິ່ງພວກມັນ ຂັດແຍ້ງກັນ.

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ ແລ້ວນັ້ນ ຄວນຖືວ່າ ຢ່າງໜ້ອຍກໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະ (ຫຼື ໄດ້ມາ) ໃນລະດັບທີ່ຕ່ຳສຸດ. ນີ້ກໍ່ແມ່ນພື້ນຖານທີ່ນັກກວດສອບຈະຕ້ອງໄດ້ປະເມີນຄວາມເປັນໄປ ໄດ້ຂອງການເກີດຄວາມສັບສົນໃນກໍລະນີທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາໃນພາຍຫລັງ.

- ❖ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຜ່ານການນຳໃຊ້ວຽກແລະການສົ່ງເສີມການຕະຫລາດ, ໄດ້*ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ ກັນດີ* ໃນບັນດາຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຊົມຊອບໃນເລື່ອງຂອງ "*ລັກສະນະສະເພາະທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ*" ຫຼື "*ຊື່ສຽງ*". ລັກສະນະສະເພາະຫຼືຊື່ສຽງທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ນັ້ນ ອາດຈະຮັບປະກັນໄດ້ວ່າ ມີໂອກາດເກີດຄວາມ ຄວາມສັບສົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາໃນພາຍຫລັງ ແມ່ນແຕ່ໃນສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ບແຕກຕ່າງກັນ (ເບິ່ງຂໍ້ທີ 3, ຂ້າງລຸ່ມນີ້).

ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະເພີ່ມຂຶ້ນ (ໂດຍທຳມະຊາດຫຼືທີ່ໄດ້ມາ), ECJ ໄດ້ພິຈາລະນາວ່າ:

"…ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີເອກະລັກສະເພາະສູງ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນໄດ້ດ້ວຍຕົວມັນເອງ ຫຼື ຍ້ອນ ວ່າຊື່ສຽງທີ່ມັນມີຢູ່ໃນຕະຫຼາດ ແມ່ນໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງຢ່າງກວ້າງຂວາງກ່ວາເຄື່ອງ ໝາຍທີ່ມີເອກະລັກສະເພາະຫນ້ອຍກວ່າ.

…ລັກສະນະທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຜ່ານມາກ່ອນຫນ້ານີ້ ນັ້ນ, ແລະ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຊື່ສຽງຂອງມັນ, ຕ້ອງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງເມື່ອພິຈາລະນາວ່າ ຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີຢູ່ໃນສອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ແມ່ນມີພຽງພໍທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນຫຼືບໍ່"[20]

[20] ຂໍ້ຕົກລົງລົງວັນທີ 29 ກັນຍາ 1998 ໃນຄະດີ ຊີ-39/97, 'Canon', ວັກ 18 ແລະ 24.

ໃນກໍລະນີທີ່ມີຄວາມບໍ່ລົງລອຍກັນລະຫວ່າງສອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ຊື່ສຽງຫຼືລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາກ່ອນໜ້ານີ້ ແມ່ນມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງໃນການກຳນົດໂອກາດຂອງການເກີດຄວາມສັບສົນ. ຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີການຖືກຖຽງກັນນັ້ນ ແມ່ນບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງຂອງການປະເມີນຜົນນີ້. ມັນແມ່ນຂອບເຂດຂອງການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ອ້າງອີງມາກ່ອນໜ້ານີ້, ເຊິ່ງຈະຕັດສິນວ່າ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີການຖືກຖຽງກັນນັ້ນ ຈະພາໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນຫຼືບໍ່, ເພາະວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ຜ່ານມາມີສິດສະເພາະຕົວໃນການເອົາຊະນະສິດຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍໃນພາຍຫລັງ.

2.2.3 ການປຽບທຽບສິນຄ້າແລະການບໍລິການ

2.2.3.1 ຄວາມໝາຍຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັນ

ໃນການປະເມີນຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ເຄື່ອງໝາຍຈະເຮັດໃຫ້ເກີດສັບສົນ ຖ້າຫາກຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນການແຂ່ງຂັນກັບເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີຢູ່ກ່ອນຫນ້ານີ້, ມັນຈຳເປັນຕ້ອງລະບຸວ່າ ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ຈະໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງກັນນັ້ນ ມີຄວາມຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນແນວໃດ.[21]

ຖ້າການຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນໂດຍໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ ເຊິ່ງກວມເອົາສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ບໍ່ຄືກັນ, ຄ້າຍຄືກັນ, ຫຼືມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງຢ່າງອື່ນທີ່ມີຄວາມສຳຄັນ, ການຄັດຄ້ານຄວນຖືກປະຕິເສດອອກໄປ. **ໃນຫຼັກການຂອງ "ຄວາມພິເສດ"** ຂອງເຄື່ອງໝາຍໄດ້ລະບຸໄວ້ວ່າ ຂອບເຂດຂອງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ໄດ້ຖືກຈຳກັດຕໍ່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ຈົດທະບຽນໂດຍສະເພາະຫຼື ສະເພາະໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ. ໂດຍຫຼັກການແລ້ວ, ໃນການປະຕິບັດຕົວຈິງ, ການປົກປ້ອງອາດຈະໄດ້ຮັບການຂະຫຍາຍອອກຕາມຄວາມຕ້ອງການ, ໂດຍສະເພາະໃນເວລາທີ່ເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ແມ່ນເປັນທີ່**ຮູ້ຈັກກັນດີ** ຫຼື **ມີຊື່ສຽງ**ທີ່ຮັບປະກັນຂອບເຂດການປົກປ້ອງທີ່ຂະຫຍາຍອອກໄປໃນໄລຍະຍາວ (ເບິ່ງຂໍ້ 3 ຂ້າງລຸ່ມ).

ຫຼັກການຂອງຄວາມພິເສດຍັງກຳນົດໃຫ້ລະບຸສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໄວ້ຢ່າງຈະແຈ້ງ

[21] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 2.

ໃນໃບຄຳຮ້ອງ. ນັກກວດສອບບໍ່ຄວນຍອມຮັບເອົາຄຳຮ້ອງແບບຟອມຍື່ນຄຳຮ້ອງ ທີ່ມີຂໍ້ກຳນົດກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການແບບກ້ວາງໆ ຫຼືບໍ່ຈະແຈ້ງ ຫຼືການອ້າງອີງແບບທີ່ກວມເອົາຢ່າງທົ່ວເຖິງທີ່ສົມບູນແບບກ່ຽວກັບການຈັດຫມວດຫມູ່ຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການລະຫວ່າງປະເທດ (Nice Classification ການຈັດຫມວດຫມູ່ແບບນິສ - NCL) ເຊັ່ນວ່າ " ສິນຄ້າທຸກຢ່າງຢູ່ຫມວດທີ 1".

ການກຳນົດວ່າສິນຄ້າຫຼືບໍລິການໃດໜຶ່ງທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ ກໍ່ຄວນລວມເອົາສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໃຊ້ສັນຍາລັກ ໃນການຄ້າ, ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ ອ້າງສິດບົນພື້ນຖານຂອງການນຳໃຊ້ນອກເໜືອຈາກທີ່ຮຽກຮ້ອງສິດໃນການຈົດທະບຽນ, ຕົວຢ່າງວ່າ ຮຽກຮ້ອງສິດຈາກລັກສະນະສະເພາະທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼືຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍ.

ການປຽບທຽບສິນຄ້າແລະການບໍລິການຕ້ອງມີຈຸດປະສົງ, ໂດຍບໍ່ຄຳນຶງວ່າຈະມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ຫຼື ລະດັບລັກສະນະສະເພາະຂອງສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ.

ການປຽບທຽບຕ້ອງໃຫ້ສອດຄ່ອງແລະເປັນໄປຕາມເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ມີຢູ່ໃນການຈົດທະບຽນກ່ອນ ໜ້ານີ້ (ຫຼືໃບຄຳຮ້ອງ) ແລະໃນໃບຄຳຮ້ອງຂອງຄຳຮ້ອງໃນພາຍຫລັງ. ຖ້າການກວດສອບກ່ຽວກັບການປະຕິເສດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້ຮັບແຈ້ງຈາກຝ່າຍກົງກັນຂ້າມ, ການປຽບທຽບຄວນຈະຖືກຈຳກັດສະເພາະຕໍ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຝ່າຍກົງກັນຂ້າມໄດ້ອ້າງອີງ (ຄັດຄ້ານສະເພາະບາງຈຸດ) ຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທີ່ບໍ່ລວມເຂົ້າໃນການຄັດຄ້ານນັ້ນ, ກໍ່ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຮັບການກວດສອບ ສຳລັບການກຳນົດເອກະລັກຕົວຕົນ ຫຼື ຄວາມຄ້າຍຄືກັນ, ເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າ ກົດໝາຍໄດ້ກຳນົດໃຫ້ນັກກວດສອບຕ້ອງໄດ້ດຳເນີນການ.

ຂອບເຂດຂອງບັນຊີລາຍຊື່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້ແລະການນຳໃຊ້ທີ່ໄດ້ຖືກຄັດເລືອກ ກໍ່ຄວນໄດ້ຖືກວິເຄາະຢ່າງລະມັດລະວັງໂດຍໃຫ້ຄຳນຶງເຖິງການນຳໃຊ້ຂໍ້ກຳນົດບາງປະການ, ຄຳເວົ້າ ຫຼື *ສຳນວນທີ່ວ່າ "ສະເພາະ", "ເຊັ່ນວ່າ" "ລວມມີ" ແລະ "ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ"* **ຈະບໍ່ມີຜົນກະທົບຕໍ່** ຫຼື ຈຳກັດຂອບເຂດຂອງລາຍຊື່. ພວກເຂົາພຽງແຕ່ເພີ່ມຮູບພາບປະກອບຫຼື ຄຳອະທິບາຍ.

ນັກກວດສອບອາດຈະບໍ່ສົນໃຈສຳນວນເຫຼົ່ານີ້ເມື່ອກຳນົດຂອບເຂດຂອງຂໍ້ມູນ

ສະເພາະທີ່ກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ, ຫຼື ພວກເຂົາອາດຈະຕ້ອງກຳນົດໃຫ້ລົບເງື່ອນໄຂຂໍ້ ກຳນົດເຫຼົ່ານັ້ນອອກ ຖ້າຫາກວ່າຂໍ້ກຳນົດດັ່ງກ່າວບໍ່ຈະແຈ້ງ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າຫາກວ່າເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການມີຄຳເວົ້າຫຼືສຳນວນທີ່ວ່າ "*ແມ່ນ" ຫຼື "ສະເພາະ*", ສຳນວນເຫຼົ່ານີ້ຄວນຈະຖືກຕີຄວາມໝາຍໃນລັກສະນະທີ່ວ່າການກວມເອົາແລະຂອບເຂດຂອງຂໍ້ກຳນົດດັ່ງກ່າວແມ່ນ**ຖືກຈຳກັດ**ຕໍ່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການຕາມສຳນວນເຫຼົ່ານັ້ນ.

ຕົວຢ່າງ: ຖ້າເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດຂອງຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການນັ້ນກວມເອົາ "ອຸປະກອນແລະເຄື່ອງມືທາງວິທະຍາສາດ, ທີ່ *ແມ່ນ* ທັງກ້ອງຈຸລະທັດແລະເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ສຶກສາເລື່ອງແສງ" ການກວດສອບ ຄວນຈຳກັດຕໍ່ການປຽບທຽບ ຂອງຜະລິດຕະພັນສະເພາະທີ່ເປັນ "ກ້ອງຈຸລະທັດແລະເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ສຶກສາເລື່ອງແສງ". ໃນທຳນອງດຽວກັນ ຂໍ້ກຳນົດ ທີ່ວ່າ "ຜະລິດຕະພັນຢາສຳລັບໃຊ້ກັບຜິວໜັງ *ໂດຍສະເພາະ*" ຄວນຖືກຈຳກັດໃນການປຽບທຽບກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ຖືກລະບຸໂດຍສະເພາະສຳລັບໃຊ້ກັບຜິວໜັງ.

ໃນກໍລະນີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນມາຈາກສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດຟິລິບປິນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນສອງອັນ ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ຢູ່ຮ່ວມກັນໄດ້ໃນຂອບເຂດທີ່ຈຳກັດແລະບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງກັນຂອງຂໍ້ກຳນົດທາງດ້ານລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ລວມຢູ່ໃນຫມວດດຽວກັນຂອງ NCL. (ຫມວດ 12):

D-TRACKER	TRACKER
ເຄື່ອງໝາຍຫົວເລື່ອງ	ເຄື່ອງໝາຍອ້າງອີງ
ຫມວດ 12: ເຄື່ອງມືເພື່ອການເຄື່ອນທີ່ທາງອາກາດຫຼືນ້ຳ ແລະ ເຄື່ອງຈັກສຳລັບໃຊ້ທາງບົກ, ເຄື່ອງຈັກສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ, ສ່ວນປະກອບເຊື່ອມຕໍ່ແລະການສົ່ງຕໍ່ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ, ອຸປະກອນສຳລັບລົດບັນທຸກເພື່ອຂົນສົ່ງທາງລົດໄຟ, ລົດດັນສຳລັບຂຸດຄົ້ນບໍ່ແຮ່, ລົດດຶງເພື່ອການຂຸດຄົ້ນ, ເຄື່ອງຈັກແຮງດຶງ, ເຊືອກສຳລັບຂົນສົ່ງສິນຄ້າຫຼືການຂົນສົ່ງສິນຄ້າ, ເຄື່ອງຍົກທີ່ບໍ່ແມ່ນໄຟຟ້າສຳລັບ	ຫມວດ 12: ພາຫະນະທາງບົກ **ລວມທັງ** ລົດໃຫຍ່, ພາຫະນະທີ່ໃຊ້ໃນກີລາ, ລົດບັນທຸກ ແລະ ລົດຕູ້.

ຍານພາຫະນະທາງບົກ (ບໍ່ລວມຊິ້ນສ່ວນ), ເຄື່ອງຈັກເຜົາໄໝ້ພາຍໃນ [ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ], ເຄື່ອງຈັກອາຍພົ່ນ [ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ], ກັງຫັນລົດ ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ, ອົງປະກອບເຄື່ອງຈັກ ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ, ເຜົ້າຫຼືແກນ [ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ], ກັບລູກປືນ [ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ], ຂໍ້ຕໍ່ເຜົ້າຫຼືຂໍ້ຕໍ່ເຊື່ອມ [ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ], ເຄື່ອງສົ່ງກະແສໄຟຟ້າແລະເກັບສຳລັບ [ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ], ໂຊກອັບກັນກະແທກ [ສຳລັບພາຫະນະທາງບົກ], ສະປິງລໍຊໍ [ສຳລັບພາຫະນະທາງບົກ], ເບຣກ [ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ], ຈ້ອງ, ສັນຍານເຕືອນໄພກັນຂະໂມຍ ສຳລັບຍານພາຫະນະ, ລໍ້ນັ່ງ, ມໍເຕີໄຟຟ້າກະແສ AC ຫຼື DC ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ [ບໍ່ລວມທັງພາກສ່ວນອື່ນໆຂອງມັນ], ເຮືອ, ເຮືອບັນທຸກສິນຄ້າສ່ວນຕົວ, ເຮືອບັນທຸກສິນຄ້າຂະຫນາດນ້ອຍ, ເຮືອ, ເຮືອ, ພາຫະນະສຳລັບໃຊ້ເທິງນ້ຳ, ເຮືອບິນ, ຕູ້ລົດໄຟ, ຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ລົດຖີບແລະຊິ້ນສ່ວນແລະສ່ວນປະກອບຂອງມັນ, ລົດຈັກ, ລົດສະກຸດເຕີ [ຍານພາຫະນະ], ລົດຖີບໄຟຟ້າ, ຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ຮາວຈັບສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ແຜ່ນຮອງມືສຳລັບຈັບສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ຂາໜ້າສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ຂອບລໍ້ ສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ດຸມລໍ້ ສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ດົ້ວກົງລົດສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ຢາງລົດສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ໂຄງເຫຼັກສຳລັບລົດສອງລໍ້, ອານນັ່ງສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ຂາຄ້ຳສຳລັບລົດສອງລໍ້, ໂສ້ຈັກສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ສາຍພານສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ກາບຫຸ້ມຫນ້າລົດ ສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ບັງຕົມສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ຝາຄອບທາງຂ້າງ ສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ຜ້າຄອບທາງຫລັງ ສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ບ່ອນຖີບສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ແຜ່ນເບຣກ ສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ບ່ອນວາງກະເປົາ ສຳລັໃບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ບ່ອນບີບແກສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ລູກສູບຈັກລົດສຳລັບຍານພາຫະນະສອງລໍ້, ເຄື່ອງຈັກ ສຳລັບຍານພາຫະນະທາງບົກ, ລົດລາກ, ລໍ້ເລື່ອນ [ພາຫະນະ], ລໍ້ຊຸກຂົນດິນຊາຍ, ລົດຊຸກໃສ່ເຄື່ອງ, ລົດທຽມມ້າ ລົດພ່ວງລົດຖີບ, ແຜ່ນຢາງສຳລັບການສ້ອມແປງທໍ່ຫຼືຈອດຢາງຮົ່ວ, ລໍ້ຊຸກເດັກອ່ອນ.

ຖ້າຫາກວ່າ ການຈົດທະບຽນ ຫຼື ໃບຄຳຮ້ອງ*ມີຂໍ້ຈຳກັດສິດ* ເຊິ່ງມັນໄປຈຳກັດຂອບເຂດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ ຫຼື ຄຳຮ້ອງທີ່ຍື່ນມາພາຍຫຼັງ, ກໍ່ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາ. ຂໍ້ຈຳກັດສິດ ແມ່ນມີຄວາມຜູກພັນກັບຜູ້ຖືເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແລະ ສຳນັກງານ. ອັນນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ການຄັດຄ້ານຫຼືການຄັດຄ້ານຂອງບຸກຄົນທີສາມ ກໍ່ບໍ່ສາມາດອີງໃສ່ເອກະລັກຕົວຕົນຫຼືລັກສະນະຫຼືຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າ ຫຼືການບໍລິການທີ່ຖືກປະຕິເສດຢ່າງຈະແຈ້ງໃນການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ໄດ້ອ້າງອີງ.

2.2.3.2 ການຈັດໝວດສິນຄ້າແລະການບໍລິການ

ການຈັດປະເພດຫຼືການຈັດຫມວດຫມູ່ສິນຄ້າຕາມແບບນິສ (NCL) ທີ່ໄດ້ກຳນົດໃຫ້ 45 ຫມວດສິນຄ້າ ເຊິ່ງຕາມຫຼັກການແລ້ວ ກໍ່ແມ່ນການລວມເອົາສິນຄ້າແລະການບໍລິການ ຫມົດທຸກຢ່າງທີ່ວ່າອາດຈະຖືກນຳໄປຈັດເຂົ້າໄວ້ໃນການຈັດຫມວດແບບນີ້[22] ຈຸດປະສົງຂອງ NCL ແມ່ນການບໍລິຫານຈັດການເປັນເລື່ອງຕົ້ນຕໍ, ສຳລັບການນຳໄປໃຊ້ໃນລະບົບຖານຂໍ້ມູນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ມີໂຄງສ້າງ ແລະ ຕາຕະລາງຄ່າທຳ ນຽມສຳລັບການຈົດທະບຽນ ແລະ ການຕໍ່ອາຍຸຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ໂດຍສະເພາະ.

ຂອບເຂດແລະໂຄງສ້າງຂອງແຕ່ລະຫມວດສິນຄ້າທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ NCL ແມ່ນແຕກຕ່າງກັນຍ້ອນວ່າພວກມັນໄດ້ຖືກກຳນົດໂດຍໃຊ້ມາດຖານທາງວິຊາການທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ເຖິງແມ່ນວ່າສິນຄ້າແລະການບໍລິການແຕ່ລະປະເພດຫຼືຫມວດໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ມີຢູ່ໃນນັ້ນແມ່ນຄ້າຍຄືກັນຫຼືກ່ຽວຂ້ອງກັບລັກສະນະ, ຈຸດປະສົງ ຫຼື ການນຳໃຊ້, ລັກສະນະພິດຕົກຳໃນການແຈກຢາຍ, ຫຼືວັດສະດຸແລະສ່ວນປະກອບຕ່າງໆ, ຫມວດສິນຄ້າ NCL ບໍ່ໄດ້ກຳ ນົດຄວາມສຳຄັນສະເພາະໃດໜຶ່ງທີ່ແມ່ນຄວາມຄືກັນແລະຄ້າຍຄືກັນໂດຍອັດຕະໂນມັດ ຫຼື ຄວາມແຕກຕ່າງກັນຂອງຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການ ເພື່ອຈຸດປະສົງໃນການສ້າງໂອກາດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍສອງອັນ.

[22] ການຈັດປະເພດລາຍການຫມວດສິນຄ້າແລະການບໍລິການສາກົນເພື່ອຈຸດປະສົງຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ທີ່ເອີ້ນວ່າ Nice (ນິສ) Classification (NCL), ທີ່ໄດ້ຖືກສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນໃນປີ 1957. ເອກະສານທີ່ກ່ຽວກັບ NCL ສະບັບທີ 11 ທີ່ເປັນສະບັບຫລ້າສຸດໄດ້ມີຜົນບັງຄັບໃຊ້ແຕ່ວັນທີ 1 ມັງກອນ 2019 ເປັນຕົ້ນໄປ..

ດັ່ງນັ້ນ, ສິນທິສັນຍາສິງກະ�โป (SGT), ມາດຕາ 9(2) ໄດ້ສະເໜີ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ວ່າ:

"(2) (a) ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການອາດຈະບໍ່ຖືກພິຈາລະນາວ່າມັນມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ເພາະດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ວ່າ ການຈົດທະບຽນຫຼືການພິມເຜີຍແຜ່ໃດໆໂດຍຫ້ອງການນັ້ນ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ພວກມັນຢູ່ໃນໝວດສິນຄ້າອັນດຽວກັນຂອງການຈັດໝວດ ສິນຄ້າແບບນິສ.

(b) ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການອາດຈະບໍ່ຖືກພິຈາລະນາເປັນສິນຄ້າທີ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງ ກັນ ກໍ່ເພາະດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ວ່າ ການຈົດທະບຽນຫຼືການພິມເຜີຍແຜ່ໃດໆໂດຍ ຫ້ອງການນັ້ນ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າພວກມັນຢູ່ໃນໝວດສິນຄ້າທີ່ຕ່າງກັນຂອງການຈັດ ປະເພດຫມວດສິນຄ້າແບບນິສ"

ຕາມທີ່ໄດ້ຂຽນໄວ້ໃນແຖວດຽວກັນ, ຂໍ້ຕົກລົງນິສ ນັ້ນແມ່ນໄດ້ໃຫ້ເນື້ອໃນ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ມາດຕາທີ 2

ຜົນສະທ້ອນທາງກົດໝາຍ ແລະການນຳໃຊ້ການຈັດໝວດສິນຄ້າແບບນິສ

[...]

(4) ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ຄຳສັບໃດໜຶ່ງທີ່ໄດ້ລວມເຂົ້າໃນລາຍການຕາມລຳດັບຕົວ ອັກສອນຈະບໍ່ມີຜົນກະທົບຕໍ່ສິດໃດໆທີ່ອາດຈະມີຢູ່ໃນຄຳສັບດັ່ງກ່າວ.

ເຖິງແມ່ນວ່າ ການຈັດໝວດສິນຄ້າ ແລະການບໍລິການຂອງ NCL ບໍ່ຄວນນຳໄປໃຊ້ ເປັນຫຼັກເກນຕົ້ນຕໍໃນການກຳນົດວ່າຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການໃດໜຶ່ງນັ້ນມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນຫຼື ບໍ່ເພື່ອຈຸດປະສົງໃນການຊອກຫາໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ. ການຈັດໝວດສິນຄ້າແບບ ນີ້ ແມ່ນໃຫ້ບ່ອນອ້າງອີງທີ່ເປັນປະໂຫຍດສຳລັບຈຸດປະສົງນີ້. ການຈັດໝວດຂອງບັນດາ ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃນຫມວດໃດໜຶ່ງທີ່ກຳນົດ ກໍ່ຍັງຕ້ອງມີການຊັ່ງຊາໂດຍ ໄປສົມທົບກັບປັດໃຈອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເພື່ອກຳນົດວ່າ ສິນຄ້າແລະການບໍລິການແມ່ນຄືກັນຫຼືບໍ່ ຄືກັນໃນບາງກໍລະນີທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃນກໍລະນີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້, ສໍານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງຟີລິບປິນໄດ້ຕັດສິນວ່າ ເຄື່ອງໝາຍສອງອັນທີ່ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນນັ້ນ ສາມາດຢູ່ຮ່ວມກັນໄດ້ໂດຍອີງໃສ່ລັກສະນະທີ່ບໍ່ມີການແຂ່ງຂັນໃດໆທີ່ແຕກຕ່າງກັນຂອງສິນຄ້າທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນແຕ່ລະລາຍການ ໂດຍບໍ່ຄໍານຶງເຖິງຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ລາຍການສິນຄ້າທັງໝົດແມ່ນໄປຕົກຢູ່ໃນຫມວດສິນຄ້າອັນດຽວກັນ ໃນ NCL (ຫມວດທີ ⑨):

synergy	SYNERGY
ເຄື່ອງໝາຍຂໍຈົດທະບຽນ	ເຄື່ອງໝາຍອ້າງອີງ
ຫມວດທີ ⑨ - ສາຍໂທລະສັບ, ເຫຼັກຈອດ, ປລັກໄຟຟ້າ, ປລັກເຕົ້າສຽບ, ຂົ້ວຕໍ່ສາຍ, ສາຍອິນເຕີເນັດ, ສາຍຄອມພິວເຕີ, ສາຍໄຟຟ້າ, ສາຍສາກ, ກະດິ່ງປະຕູ, ເຕົ້າສຽບ, ສວິດເປີດ ປິດ, ກ່ອງເຄື່ອງມື, ກ່ອງຕໍ່ສາຍໄຟ, ເຄື່ອງໃຊ້ໄຟຟ້າເອເລັກໂຕຣນິກ, ສາຍວິດີໂອ, ສາຍສັນຍານສຽງ.	ຫມວດທີ ⑨ - ແວ່ນຕາກັນແສງ, ແວ່ນຕາກັນແດດ, ຊິ້ນສ່ວນແລະອຸປະກອນເສີມຕ່າງໆ.

2.2.3.3 ເອກະລັກຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ

ໃນການຕັດສິນໃຈວ່າ ສິນຄ້າແລະການບໍລິການມີເອກະລັກຕົວຕົນຢູ່ຫຼືບໍ່ນັ້ນ, ນັກກວດສອບຕ້ອງຕີຄວາມແລະເຂົ້າໃຈຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມກວ້າງຂອງແຕ່ລະຄໍາສັບທີ່ລວມຢູ່ໃນຂໍ້ກໍານົດ. ສິ່ງນີ້ຄວນປະຕິບັດບົນພື້ນຖານຂອງການອ້າງອີງເຊັ່ນ: ວັດຈະນານຸກົມແລະພົດຈະນານຸກົມ, ການຈັດໝວດສິນຄ້າແບບນິສ ແລະຄວາມຮູ້ຂອງນັກກວດສອບເອງ ທີ່ມີກ່ຽວກັບການນໍາໃຊ້ຄໍາສັບໃນພາສາທ້ອງຖິ່ນ, ໂດຍໃຫ້ພິຈາລະນາຄໍານຶງເຖິງແນວທາງປະຕິບັດການຄ້າໃນທ້ອງຖິ່ນ.

ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ສໍາລັບເຄື່ອງໝາຍສອງອັນທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ ຈະຖືກພິຈາ ລະນາວ່າພວກມັນ **"ຄືກັນ"** ເມື່ອເວລາມັນມີຄວາມກົງກັນທັງຫມົດ ເພາະວ່າມັນມີ

ການນຳໃຊ້ຄຳສັບດຽວກັນຫຼືຄຳສັບທີ່ຄືກັນ ໃນເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດຂອງເຄື່ອງໝາຍສອງອັນ. ກໍລະນີຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນກ່ຽວກັບເອກະລັກຕົວຕົນທັງໝົດຫຼືບາງອັນ ຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ ທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້:

- ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທັງໝົດ ທີ່ກ່າວມາໃນລາຍການທັງສອງແມ່ນຄືກັນ. (ຄຳສັບດຽວກັນຫຼືຄຳສັບທີ່ມີຄວາມໝາຍຄ້າຍຄືກັນ);

- ໝວດຫມູ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີຢູ່ຢ່າງກວ້າງຂວາງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາກ່ອນແລະທີ່ໄດ້ອ້າງອີງນັ້ນ ລ້ວນແຕ່ເຕັມໄປດ້ວຍບັນດາສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທັງໝົດຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖົກຖຽງກັນໃນພາຍຫລັງ ຢ່າງຄົບຖ້ວນ;

- ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທັງໝົດຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາກ່ອນຫນ້ານີ້ແລະທີ່ເປັນຕົວອ້າງອີງແມ່ນຕົກຢູ່ໃນຫມວດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ທີ່ມີຢູ່ຢ່າງກວ້າງຂວາງ ທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖົກຖຽງກັນໃນພາຍຫລັງ.

- ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງເຄື່ອງໝາຍໃດໜຶ່ງນັ້ນ ໄປທັບຊ້ອນກັນກັບ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງເຄື່ອງໝາຍອື່ນ, ໂດຍໃນກໍລະນີນີ້ ມີການລະບຸ ເອກະລັກໃນສ່ວນທີ່ພົວພັນກັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ທັບຊ້ອນ ກັນ.

ກໍລະນີທີ 1: ບັນດາສິນຄ້າແລະການບໍລິການທັງໝົດ ທີ່ໄດ້ກ່າວມາໃນທັງສອງລາຍການ ແມ່ນ*ຄືກັນ* (ຄຳສັບດຽວກັນຫຼືຄຳສັບທີ່ມີຄວາມໝາຍຄ້າຍຄືກັນ)

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ, ການກຳນົດຊື່ຂອງ "ລົດ" ແມ່ນຄືກັນກັບ "ລົດ" ແລະຫຼືຄຳສັບທີ່ມີຄວາມ ໝາຍຄ້າຍຄືກັນກັບຄຳວ່າ "ລົດ". "ອາຫານເດັກນ້ອຍເກີດໃຫມ່" ແມ່ນຄຳສັບຄ້າຍຄືກັບ "ອາຫານ ເດັກນ້ອຍ". "ນ້ຳຢາລ້າງກາວ" ແມ່ນ ຄຳສັບຄ້າຍຄືກັບ "ສານເຄມີລ້າງກາວ". "ເກີບກີລາ" ແລະ "ເກີບແລ່ນກີລາ" ແມ່ນ ຄຳທີ່ມີຄວາມໝາຍດຽວກັນ. 'ດັ່ງນັ້ນ, ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານີ້ສາມາດຖືໄດ້ ວ່າ ມັນຄືກັນ, ຕາມລຳດັບ.

ຄວາມບັງເອີນໃນເງື່ອນໄຂຂໍ້ກຳນົດຫຼືຊື່ທີ່ໃຊ້ ບອກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໝາຍຄວາມວ່າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການແມ່ນມີຄວາມຄືກັນ. ເອກະລັກຕົວຕົນຈະຂຶ້ນກັບລັກສະນະ, ຈຸດປະສົງ, ການນຳໃຊ້, ສ່ວນປະກອບຫຼືວັດຖຸທີ່ໃຊ້ໃນການເຮັດສິນຄ້າແລະຄຸນລັກສະນະອື່ນໆຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, “ນ້ຳຢາລະລາຍ (ສຳລັບສີແລະການເຄືອບເງົາ)” ແມ່ນບໍ່ຄືກັນກັບ“ທາດລະລາຍ (ສຳລັບລ້າງແຜ່ນພັສເຕີທີ່ໃຊ້ຕິດແຜ),” “ໃບມີດ” (ສຳລັບເຄື່ອງຈັກຫຍິບ) ແລະ“ໃບມີດ” (ທີ່ໃຊ້ໃນເຄື່ອງມື) ແມ່ນບໍ່ຄືກັນ.

ກໍລະນີທີ 2: ໝວດຫມູ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີຢູ່ຢ່າງກວ້າງຂວາງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາກ່ອນແລະທີ່ໄດ້ອ້າງອີງນັ້ນ ລ້ວນແຕ່ເຕັມໄປດ້ວຍບັນດາສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທັງໝົດຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖືກຖຽງກັນໃນພາຍຫລັງ ຢ່າງຄົບຖ້ວນ.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາກ່ອນໜ້ານີ້ໄດ້ຈົດທະບຽນສຳລັບ "ການກະກຽມທາງການຢາ" ແລະເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖືກຖຽງກັນນັ້ນ ແມ່ນ "ການກະກຽມຢາຕ້ານເຊື້ອ". ສິນຄ້າຫມວດ "ການກະກຽມທາງການຢາ" ແມ່ນມີຄວາມໝາຍກວ້າງກວ່າຫມວດຂອງ "ການກະກຽມຢາຕ້ານເຊື້ອ", ເຊິ່ງແມ່ນຜະລິດຕະພັນຂອງທາງການຢາເທົ່ານັ້ນ. ຄຳວ່າ "ເກີບ" ກໍ່ແມ່ນມີຄວາມໝາຍກວ້າງກວ່າແລະກໍ່ປະກອບດ້ວຍຄຳວ່າ "ເກີບກີລາ".

ໃນກໍລະນີນີ້, ສິນຄ້າໃນໝວດທີ່ມີຄວາມໝາຍແຄບຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖືກຖຽງກັນ ກໍ່ຈະຄືກັນກັບສິນຄ້າທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ອ້າງອີງ.

ກໍລະນີທີ 3: ສິນຄ້າແລະການບໍລິການທັງໝົດຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາກ່ອນຫນ້ານີ້ແລະທີ່ເປັນຕົວອ້າງອີງແມ່ນຕົກຢູ່ໃນຫມວດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ທີ່ມີຢູ່ຢ່າງກວ້າງຂວາງ ທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖືກຖຽງກັນໃນພາຍຫລັງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ ແມ່ນໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນສຳລັບ“ ຢາຂ້າຫຍ້າ ແລະ ປຸຍຊີວະພາບ”, ແລະເຄື່ອງໝາຍພາຍຫຼັງໄດ້ຂໍຈົດທະບຽນໃນໝວດ “ສານເຄມີທີ່ນຳໃຊ້ໃນອຸດສະຫະກຳ, ວິທະຍາສາດ, ການຖ່າຍຮູບ, ກະສິກຳ, ການປູກພືດສວນແລະປ່າໄມ້; ຢາງທຽມທີ່ບໍ່ທັນໄດ້ປຸງແຕ່ງ, ພລາດສະຕິກທີ່ບໍ່ທັນໄດ້ປຸງແຕ່ງ; ຝຸ່ນ; ສ່ວນປະກອບຂອງເຄື່ອງ

ດັບເພີງ; ການກະກຽມເຄື່ອງຈອດເຫຼັກໄຟຟ້າ; ສານເຄມີສຳລັບເກັບຮັກສາອາຫານ; ສານເຄມີ ສຳລັບຟອກຫນັງ; ກາວທີ່ໃຊ້ໃນອຸດສະຫະກຳ".

ໃນຂັ້ນຕອນທຳອິດ, ບັນດາຜະລິດຕະພັນທີ່ກ່າວມາໃນການອ້າງສິດທີ່ກວ້າງຂວາງທີ່ ແຕກຕ່າງຈາກທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນການຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້, ຄວນໄດ້ຮັບການຍົກເວັ້ນ ຍ້ອນ ວ່າມັນບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງໃນການກຳນົດເອກະລັກຂອງສິນຄ້າ (ເຖິງແມ່ນວ່າຜະລິດຕະ ພັນທີ່ແຕກຕ່າງກັນເຫຼົ່ານັ້ນ ອາດຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບການປະເມີນຜົນໃນພາຍຫຼັງ ຄວາມຄ້າຍຄື ກັນຂອງຜະລິດຕະພັນແລະສຳລັບການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນໃນທົ່ວໂລກກ່ຽວກັບໂອກາດທີ່ຈະເກີດ ຄວາມສັບສົນ). ໃນຕົວຢ່າງນີ້, ສິນຄ້າດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ອາດຈະຖືກເບິ່ງຂ້າມ: 'ສານເຄມີທີ່ໃຊ້ໃນ ອຸດສາຫະກຳ, ຢາງທຽມທີ່ບໍ່ທັນໄດ້ປຸງແຕ່ງ, ພລາດສະຕິກທີ່ບໍ່ທັນໄດ້ປຸງແຕ່ງ; ຝຸ່ນ; ສ່ວນ ປະກອບຂອງເຄື່ອງດັບເພີງ; ການກະກຽມເຄື່ອງຈອດເຫຼັກໄຟຟ້າ; ສານເຄມີສຳລັບເກັບຮັກສາ ອາຫານ; ສານເຄມີສຳລັບຟອກຫນັງ; ກາວທີ່ໃຊ້ໃນອຸດສະຫະກຳ".

ສຳລັບ "ສານເຄມີທີ່ນຳໄປໃຊ້ໃນກະສິກຳ, ການປູກພືດສວນແລະປ່າໄມ້" ແລະ "ຝຸ່ນ ຄອກ" ນັ້ນ, ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານີ້ສາມາດຖືວ່າມີຄວາມຄືກັນແລະກໍ່ເປັນ "ຢາຂ້າຫຍ້າແລະປຸຍ ຊີວະພາບ".

ກໍລະນີທີ 4: ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງເຄື່ອງໝາຍໜຶ່ງ ທີ່ທັບຊ້ອນກັນເປັນບາງສ່ວນກັບ ສິນຄ້າ ຫຼືການບໍລິການຂອງເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆ.

ໃນກໍລະນີທີ່ມີການທັບຊ້ອນກັນ, ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸກໍ່ຈະເຫັນວ່າ ຄືກັນ ຖ້າຫາກພວກມັນມີການສະແດງອອກເປັນຫລາຍໆຫມວດສິນຄ້າກວ້າງໆແລະ ຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ສາມາດແຍກອອກຈາກກັນໃນອົງປະກອບລວມໄດ້.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນຖ້າຫາກມີເຄື່ອງໝາຍໃດໜຶ່ງທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງໄດ້ຈົດທະບຽນ ໃນ ຫມວດ"ເສື້ອຜ້າ" ແລະເຄື່ອງໝາຍອີກອັນໜຶ່ງແມ່ນໄດ້ນຳໄປໃຊ້ກັບຫມວດ "ເສື້ອກີລາ", ການ ຊ້ອນກັນຂອງໝວດຈະເກີດຂຶ້ນໃນຂອບເຂດທີ່ແນວຄວາມຄິດກ້ວາງໆ ທີ່ທັງສອງສາມາດ ນຳໄປໃຊ້ *ພ້ອມກັນ* ກັບສິນຄ້າສະເພາະໃດໜຶ່ງ. ສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ຂອບການນຳໃຊ້ ຂອງເຄື່ອງໝາຍທັງສອງ. ຍົກຕົວຢ່າງ: "ຢາງທຽມທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການປຸງແຕ່ງສຳລັບການນຳໃຊ້ໃນ ອຸດສາຫະກຳ" ແມ່ນຈະຢູ່ພາຍໃຕ້ຄຸນລັກສະນະສອງຢ່າງ ເພາະສິນຄ້າດັ່ງກ່າວ ຈະເປັນໄດ້ທັງ

"ຢາງທຽມທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການປຸງແຕ່ງ" ແລະ "ສານເຄມີທີ່ໃຊ້ໃນອຸດສາຫະກາ" ໄປພ້ອມໆກັນ.

ໃນກໍລະນີເຫຼົ່ານີ້, ນັກກວດສອບບໍ່ຄວນແຍກ, ຕັດອອກ ຫຼື ຈຳກັດສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ມີລາຍຊື່ຢູ່ໃນບັນຊີລາຍການສິນຄ້າແລະການບໍລິການຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງກັນ.

ໃນຂອບເຂດທີ່ສິນຄ້າບາງອັນຈະໄປຕົກຢູ່ພາຍໃຕ້ທັງສອງໝວດສິນຄ້າ, ນັກກວດສອບຄວນພິຈາລະນາວ່າສິນຄ້າທັງສອງຫມວດ (ທີ່ເປັນຫມວດກວ້າງໆ) ເປັນສິນຄ້າທີ່ຄືກັນ ຍ້ອນວ່າສິນຄ້າທີ່ໃຊ້ໄດ້ທັງສອງໝວດສິນຄ້າ ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງພາຍໃຕ້ສອງໝວດສິນຄ້າ.

2.2.3.4 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ

ສິນຄ້າແລະການບໍລິການຈະຖືວ່າເປັນສິນຄ້າທີ່ "**ຄ້າຍຄືກັນ**" ຖ້າມັນບໍ່ຄືກັນ ແຕ່ມີການເຊື່ອມໂຍງບາງອັນເນື່ອງມາຈາກລັກສະນະໂດຍທຳມະຊາດຫຼືປັດໃຈອື່ນ ໆ ທີ່ກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ຫຼືການຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ການກວດສອບຄວາມຄ້າຍຄືກັນນີ້ ແມ່ນແນໃສ່ການສ້າງຄວາມກ່ຽວຂ້ອງທີ່ເປັນໄປໄດ້ລະຫວ່າງສິນຄ້າແລະການບໍລິການເຊິ່ງຈະຊ່ວຍໃຫ້ສິນຄ້າເຫຼົ່ານີ້ ມີລັກສະນະຄຸນສົມບັດທີ່ "ຄ້າຍຄືກັນ". ສິ່ງນີ້ກໍ່ຈະເປັນປັດໃຈໃນການຕັດສິນໃນຂະບວນການປະເມີນຂອງສາກົນ, ບໍ່ວ່າຈະມີໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ ຫຼືບໍ?

ການກວດສອບຄວາມຄ້າຍຄືກັນນີ້ ແມ່ນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ນັກກວດສອບລະບຸຄຸນລັກສະນະຫຼືປັດໃຈທີ່ເຊື່ອມໂຍງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ. ໃນພາກປະຕິບັດຕົວຈິງແລ້ວ, ສິ່ງນີ້ໝາຍຄວາມວ່າ ຄວາມກ່ຽວຂ້ອງຂອງໜຶ່ງຫຼືຫຼາຍປັດໃຈຈະຂຶ້ນກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງທີ່ກວມໂດຍເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ. ປັດໄຈທີ່ຄ້າຍຄືກັນທັງໝົດ ແມ່ນພົບເຫັນໄດ້ຍາກໃນກໍລະນີດຽວ.

*ປັດໃຈຕ່າງໆ*ທີ່ຄວນນຳມາພິຈາລະນາເພື່ອສ້າງຄວາມ*ຄ້າຍຄືກັນ*ຂອງຜະລິດຕະພັນ ແລະການບໍລິການ ແມ່ນມີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:[23]

- ຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ,
- ຈຸດປະສົງ ແລະ ວິທີການການນຳໃຊ້,
- ການຊ່ວຍເສີມກັນ,
- ການແຂ່ງຂັນ,
- ຊ່ອງທາງການແຈກຢາຍ,
- ສາທາລະນະຊົນແລະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ,
- ຕົ້ນກຳເນີດແຫລ່ງທີ່ມາ, ຜູ້ຜະລິດຫຼືຜູ້ໃຫ້ການບໍລິການສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ.

2.2.3.4.1 ຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ

ຄຸນລັກສະນະປະກົດຂຶ້ນມາໂດຍທຳມະຊາດຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການແມ່ນໄດ້ຖືກກຳນົດໂດຍຄຸນລັກສະນະສະເພາະ, ຄຸນລັກສະນະແລະຄຸນນະພາບຂອງມັນ. ສິ່ງນີ້ປະກອບມີ ສ່ວນປະກອບແລະວັດສະດຸທີ່ໃຊ້ຜະລິດຂອງສິນຄ້າແລະວິທີການນຳໃຊ້ວຽກຂອງມັນ (ເຊັ່ນ: ການນຳໃຊ້ໄຟຟ້າ ທຽບໃສ່ ການນຳໃຊ້ແຮງງານມື ເຂົ້າໃນວຽກແບບດຽວກັນ).

ລັກສະນະຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດໜຶ່ງ ແມ່ນໄດ້ຖືກກຳນົດໂດຍອ້າງອີງເຖິງໝວດຫມູ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກວ້າງຂວາງຂຶ້ນ ທີ່ເປັນຂອງຜະລິດຕະພັນ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ລັກສະນະຂອງກະແຈຫັນນ້ອດແມ່ນເຄື່ອງມືປະເພດໜຶ່ງ; ລັກສະນະຂອງໝວກ ກໍ່ແມ່ນເຄື່ອງຕົກແຕ່ງຫົວປະເພດໜຶ່ງ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໃນການພິຈາລະນາຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ ສຳລັບຈຸດປະສົງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ຄຸນລັກສະນະສະເພາະຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ສິນຄ້າແມ່ນມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນສະເຫມີໄປ.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ "ເຄື່ອງຂັດຖູພື້ນ", "ເຄື່ອງເຊື່ອມຈອດໂລຫະ", "ເຄື່ອງຕັດຜົມ" ແລະ "ຍານພາຫະນະໄຟຟ້າ" ລ້ວນແຕ່ເປັນລັກສະນະຂອງ "ອຸປະກອນໄຟຟ້າ" ເນື່ອງຈາກພວກມັນ

[23] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 2, ຂໍ້ 3.2.

ໃຊ້ວຽກໄດ້ຍ້ອນກະແສໄຟຟ້າ. 'ແປງທາສີ' ແລະ 'ແປງຖູແຂ້ອ' ລ້ວນແລ້ວແຕ່ເປັນລັກສະນະ ຂອງ "ແປງ". ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີລັກສະນະທົ່ວໄປຕາມທຳມະດາແລ້ວ, ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນຈະບໍ່ຄ້າຍຄືກັນເພາະວ່າມັນກໍ່ມີປັດໃຈອື່ນໆອີກເຊັ່ນ: ຈຸດປະສົງແລະວິທີ ການນຳໃຊ້, ຜູ້ບໍລິໂພກທຳມະດາທົ່ວໄປ, ຜູ້ຜະລິດແລະຊ່ອງທາງການຈັດຈຳຫນ່າຍ, ແລະ ອື່ນໆຈະເປັນຈຸດເນັ້ນໜັກ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານີ້ມີຄວາມແຕກຕ່າງໃນການວິເຄາະ ຄັ້ງສຸດທ້າຍ.

2.2.3.4.2 ຈຸດປະສົງແລະວິທີການການນຳໃຊ້ສິນຄ້າແລະການບໍລິການ

"ຈຸດປະສົງ" ຂອງຜະລິດຕະພັນອັນໜຶ່ງ ກໍ່ແມ່ນເຫດຜົນສຳລັບການປະດິດຄິດຄົ້ນຫຼື ການຜະລິດຂອງມັນ, ແລະຍັງລວມທັງໜ້າທີ່ ທີ່ມີຈຸດປະສົງຫຼືນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການປະຕິບັດ. ຍົກ ຕົວຢ່າງ, ຈຸດປະສົງຂອງນ້ຳມັນເຄື່ອງແມ່ນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ພາຍໃນຂອງເຄື່ອງຈັກເຮັດວຽກໄດ້ ຢ່າງຫລ່ຽນໄຫລດີ. ຈຸດປະສົງຂອງນ້ຳມັນດອກຕາເວັນຫຼືນ້ຳມັນໝາກກອກນັ້ນ ບໍ່ແມ່ນເພື່ອ ເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງເຮັດວຽກໄດ້ຢ່າງຫລ່ຽນໄຫລ ແຕ່ເພື່ອເປັນການເສີມອາຫານໃຫ້ແກ່ມະນຸດ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນສະເພາະໃດໜຶ່ງ ຈະບໍ່ປ່ຽນຈຸດປະສົງຫຼື ໜ້າທີ່ຂັ້ນພື້ນຖານຂອງມັນ. ຕົວຢ່າງ, ຈຸດປະສົງຫຼື ໜ້າທີ່ຂອງມີດນັ້ນ ບໍ່ວ່າແນວໃດກໍ່ແມ່ນ ເພື່ອໃຊ້ຕັດສິ່ງຂອງຕ່າງໆ, ບໍ່ວ່າຈະຖືກໃຊ້ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງປະດັບກໍ່ຕາມ.

"*ວິທີການນຳໃຊ້*" ຂອງຜະລິດຕະພັນ ແມ່ນໝາຍເຖິງລັກສະນະທີ່ນຳໃຊ້ຜະລິດຕະ ພັນດັ່ງກ່າວ ເພື່ອບັນລຸຈຸດປະສົງຂອງພວກມັນທີ່ວາງໄວ້. ສິ່ງນີ້ຈະເປັນຜົນມາຈາກຈຸດປະສົງທີ່ ທີ່ໄດ້ຕັ້ງໃຈໄວ້ ຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືລັກສະນະພາຍໃນໂດຍທຳມະຊາດຂອງຜະລິດຕະພັນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ວິທີການນຳໃຊ້ຢ່າງດຽວບໍ່ສາມາດກຳນົດຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງຜະລິດຕະ ພັນນັ້ນໄດ້.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນຢາແລະເຄື່ອງສຳອາງສຳລັບການນຳໃຊ້ຂອງສ່ວນຕົວ ທີ່ມີການນຳສະເໜີໃນສະພາບຂອງແຫຼວ, ຄຣີມ ຫຼືເປັນຂອງແຂງແລະນຳໄປໃຊ້ກັບຮ່າງກາຍ ຂອງຄົນເຮົາໂດຍວິທີການດຽວກັນ ແລະໃຊ້ແຜ່ນແປະທີ່ມີນິໂກຕິນໃນແບບດຽວກັນກັບຜ້າ ພັນແຜທີ່ມີກາວຕິດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນບໍ່ສາມາດຖືວ່າ ຄ້າຍຄືກັນ ເພາະວ່າຈຸດປະສົງແລະລັກສະນະການຄ້າຂອງພວກມັນແມ່ນແຕກຕ່າງກັນ.

2.2.3.4.3 ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ ທີ່ເສີມກັນ

ຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການສາມາດຄ້າຍຄືກັນໄດ້ ຖ້າຫາກພວກມັນຖືກໄດ້ນຳໄປໃຊ້ຮ່ວມກັນຫຼືມີການພົວພັນກັນເພື່ອບັນລຸຈຸດປະສົງ, ໃຊ້ວຽກໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ, ຫຼື ປະກອບສ່ວນ**ຊ່ວຍເສີມ**ໃຫ້ເຊິ່ງກັນແລະກັນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ຜະລິດຕະພັນສອງຢ່າງອາດຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນເວລາດຽວກັນຫຼືຮ່ວມກັນເພື່ອຄວາມສະດວກສະບາຍຂອງຜູ້ໃຊ້ ກໍ່ບໍ່ໄດ້ໝາຍຄວາມວ່າ ຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວຈະຊ່ວຍເສີມໃຫ້ເຊິ່ງກັນແລະກັນ ຖ້າການໃຊ້ງານຮ່ວມກັນບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ວຽກໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ. ຍົກຕົວຢ່າງ, "*ເກີບຢາງ*" ແລະ "*ຄັນຮົ່ມ*" ບໍ່ແມ່ນສິນຄ້າເສີມໃຫ້ກັນຫຼືສິນຄ້າທີ່ຄ້າຍຄືກັນ, ພຽງແຕ່ຍ້ອນວ່າມັນອາດຈະສາມາດໃຊ້ຮ່ວມກັນໄດ້ໃນມື້ຝົນຕົກ. "ເຄື່ອງດື່ມນ້ຳອັດລົມ" ແລະ "ເຄື່ອງເປີດຂວດ" ແມ່ນເປັນອຸປະກອນເສີມ (ຕ້ອງເປີດແກ້ວນ້ຳອັດລົມເພື່ອດື່ມນ້ຳອັດລົມນັ້ນໄດ້) ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ພວກມັນກໍ່ບໍ່ຄືກັນ ເພາະວ່າຜູ້ຜະລິດແລະຄຸນລັກສະນະໂດຍທຳມະຊາດຂອງຜະລິດຕະພັນສອງຢ່າງນີ້ມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ.

ຜະລິດຕະພັນທີ່ເສີມໃຫ້ກັນສາມາດຖືໄດ້ວ່າ "ຄ້າຍຄືກັນ" ເພື່ອກຳນົດໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ, ເຖິງແມ່ນວ່າ ຄຸນລັກສະນະພາຍໃນຂອງມັນອາດແຕກຕ່າງກັນຫຼາຍ. ຍົກຕົວຢ່າງ:

- “ຢາຖູແຂ້ວ” ແລະ “ແປງຖູແຂ້ວ”,
- “ແວ່ນຕາ (ແວ່ນສາຍຕາ)” ແລະ “ກ່ອງໃສ່ແວ່ນຕາ”,
- “ໄມ້ຕີເທັນນິສ” ແລະ “ຫມາກບານລູກເທັນນິສ”,
- “ອຸປະກອນການສິດສອນ” ແລະ “ການບໍລິການດ້ານການສຶກສາ”,
- “ບໍລິການຊັກລີດ” ແລະ “ສະບູຝຸ່ນຊັກເຄື່ອງ”.

ຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການໃນແຕ່ລະດ້ານທີ່ໄດ້ນຳສະເຫນີມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ມີຄຸນລັກສະນະໂດຍທຳມະຊາດທີ່ແຕກຕ່າງກັນ(ແລະອາດຈະມີຜູ້ທີ່ໃຫ້ບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງກັນ) ແຕ່ພວກເຂົາສາມາດຖືວ່າຄ້າຍຄືກັນ ກໍ່ຍ້ອນວ່າມີຄວາມຄິດທີ່ຈະເຮັດວຽກຮ່ວມກັນເປັນສ່ວນທີ່ເສີມກັນ, ເພີ່ມເຕີມໃຫ້ກັບຜູ້ບໍລິໂພກດຽວກັນຫຼືຂາຍຜ່ານຊ່ອງທາງດຽວກັນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ບັນດາແກ້ວນ້ຳ, ກະປ໋ອງ, ແລະບັນດາພາຊະນະທີ່ເປັນ

ມາດຕະຖານຫຼືທົ່ວໄປອື່ນໆທີ່ໃຊ້ໃນການຂົນສົ່ງຫຼືແຈກຢາຍສິນຄ້າເຊັ່ນ: ຜະລິດຕະພັນຂອງແຫຼວ, ເປັນຜົງເປັນຝຸ່ນເປັນແປ້ງ ຫຼືຮູບແບບອື່ນໆ, ກໍ່ບໍ່ຖືວ່າເປັນຜະລິດຕະພັນທີ່ເສີມຄວາມສົມບູນໃຫ້ກັນ ສຳລັບຈຸດປະສົງນີ້.

2.2.3.4.4 ການແຂ່ງຂັນລະຫວ່າງ ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ

ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ ຢູ່ໃນ*ການແຂ່ງຂັນ*ເມື່ອເຖິງແມ່ນວ່າພວກມັນມີຄຸນລັກສະນະຕ່າງກັນ ແຕ່ພວກມັນຮັບໃຊ້ຈຸດປະສົງດຽວກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນແລະຖືກສົ່ງໄປຫາຜູ້ບໍລິໂພກໃນສ່ວນດຽວກັນ. ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການດັ່ງກ່າວແມ່ນສິນຄ້າທົດແທນຫຼືສິນຄ້າຕົວແທນໃຫ້ເຊິ່ງກັນແລະກັນໄດ້ຢ່າງມີປະສິດຕິພາບແລະອາດຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ແທນເຊິ່ງກັນແລະກັນໄດ້.

ຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທີ່ຢູ່ໃນການແຂ່ງຂັນໂດຍກົງເນື່ອງຈາກເປັນສິນຄ້າຕົວແທນຫຼືຕົວແທນໃຫ້ເຊິ່ງກັນແລະກັນແມ່ນມີປະສິດຕິພາບທຽບເທົ່າທາງດ້ານການຄ້າແລະຄວນໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາວ່າ ຄ້າຍຄືກັນ ສຳລັບຈຸດປະສົງທາງການຄ້າ.

ຍົກຕົວຢ່າງ:

- ນົມຖົ່ວເຫຼືອງແລະນົມ,
- ເຄື່ອງອາຍອຸ່ນດ້ວຍໄຟຟ້າແລະເຄື່ອງອາຍອຸ່ນດ້ວຍອາຍແກັສ,
- ມີດແຖດ້ວຍມືແລະມີດແຖໄຟຟ້າ.

2.2.3.4.5 ຊ່ອງທາງການກະຈາຍ ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ

ຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງ ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການມັກຈະເປັນຜົນມາຈາກສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ຖືກຂາຍຜ່ານຊ່ອງທາງດຽວກັນ ຫຼື ໃນຮ້ານຄ້າ ແລະ ຈຸດຂາຍແບບດຽວກັນ. ຊ່ອງທາງການແຈກຢາຍຈັດຈຳຫນ່າຍ, ຜູ້ຄ້າຂາຍແລະຮ້ານຈຳໜ່າຍຕ່າງໆຈະເຕົ້າໂຮມຜູ້ບໍລິໂພກເຊິ່ງຈະໄດ້ສຳຜັດກັບຜະລິດຕະພັນ (ຫຼືການບໍລິການ) ທີ່ໄດ້ຖືກນຳມາສະເໜີ ຢູ່ຕາມຈຸດຂາຍເຫຼົ່ານັ້ນ. ປະຊາຊົນຈະມີແນວໂນ້ມແລະສ່ວນຮ່ວມໃນການເຊື່ອມໂຍງກັບຜະລິດຕະພັນຫຼາຍຂຶ້ນໂດຍສົມມຸດວ່າມີການຜະລິດຫຼືການຄວບຄຸມຄຸນນະພາບທົ່ວໄປຮ່ວມກັນ.

ຕົວຢ່າງ: ສະບູ, ນ້ຳຫອມ, ເຄື່ອງສຳອາງ, ໂລຊັ່ນທາຜົມ, ນ້ຳຢາຟອກແຂ້ວຂາວ, ວິຕາມິນຊີ, ອາຫານເສີມແລະຜະລິດຕະພັນຢາທີ່ຫາຊື້ໄດ້ໂດຍບໍ່ຕ້ອງບໍ່ຕ້ອງໃຊ້ໃບສັ່ງຂອງແພດທີ່ສາມາດຫາຊື້ໄດ້ໃນຮ້ານແບບດຽວກັນ, ເຊັ່ນຮ້ານຂາຍຢາ ແລະຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນອາດຈະຖືກຖືວ່າມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນກັບຈຸດຂາຍຮ່ວມກັນທົ່ວໄປ.

2.2.3.4.6 ສາທາລະນະຊົນ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງ ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ

ຖ້າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໄດ້ຖືກສົ່ງຕໍ່ໄປໃຫ້ສາທາລະນະຊົນ ຫຼື ຜູ້ບໍລິໂພກປະເພດດຽວກັນ, ມັນກໍ່ອາດຈະເວົ້າໄດ້ວ່າ ສິ່ງດັ່ງກ່າວເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ສຳລັບການທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ.

ຜູ້ບໍລິໂພກ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການສະເພາະໃດ ໜຶ່ງ ສາມາດເປັນສາທາລະນະຊົນກຸ່ມໃຫຍ່, ໃນບັນດາລູກຄ້າໃຫຍ່ຫຼືຊ່ຽວຊານແລະລູກຄ້າທາງທຸລະກິດ.

ໃນອີກດ້ານໜຶ່ງ, ການທີ່ສອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ສົ່ງໄປໃຫ້ລູກຄ້າທີ່ມີລັກສະນະແຕກຕ່າງກັນຫຼາຍ ກໍ່ຈະສາມາດ ນຳໄປສູ່ການຄັດຄ້ານການຄົ້ນພົບທີ່ວ່າ ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການແມ່ນນັ້ນ “ຄ້າຍຄືກັນ”. ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນ “ສານເຄມີອຸດສາຫະ ກຳ” ແລະ ” ຟິມຖ່າຍຮູບ“ ມີໃຫ້ກັບຜູ້ບໍລິໂພກປະເພດຕ່າງກັນຫຼາຍແລະບໍ່ໜ້າຈະຖືໄດ້ວ່າ ເປັນສິນຄ້າທີ່ “ຄ້າຍຄືກັນ”.

2.2.3.4.7 ຕົ້ນກຳເນີດ, ຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ສະໜອງ ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ

ຕົ້ນກຳເນີດຫຼືທີ່ມາຕາມປົກກະຕິຂອງປະເພດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ ອາດສາມາດເປັນປັດໄຈໜຶ່ງ ໃນການ ກຳນົດຄວາມຄ້າຍຄືກັນ. ຖ້າຫາກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ຖືກຜະລິດ, ຜະລິດ ຫຼື ສະໜອງໂດຍໜ່ວຍ ງານປະເພດດຽວກັນ, ມັນກໍ່ຖືວ່າ ມີຫຼັກຖານທີ່ຫນັກແຫນ້ນທີ່ຊີ້ບອກໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງວ່າ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການດັ່ງກ່າວຄວນຖືວ່າມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນຫຼືກ່ຽວຂ້ອງກັນ.

ປະເພດຂອງຕົ້ນກຳເນີດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງເຫຼົ່ານີ້ ແມ່ນໝາຍເຖິງການຈັດກຽມທົ່ວໄປທີ່ອະນຸຍາດໃຫ້ສິນຄ້າແລະການບໍລິການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ. ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ ກໍ່ລວມທັງຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ສິນຄ້າທີ່ໄດ້ຖືກຜະລິດຂຶ້ນເນື່ອງຈາກການປະຕິບັດງານຫຼືການ ດຳເນີນງານບາງ

ປະເພດທີ່ເຊື່ອມໂຍງກັບທາງເສດຖະກິດ, ຄວບຄຸມການຜະລິດສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ທີ່ມາທາງພູມສາດຂອງສິນຄ້າຫຼືທີ່ຕັ້ງພູມສາດຂອງຜູ້ຜະລິດນັ້ນ ບໍ່ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງກັບການເຊື່ອມຕໍ່ນີ້. ບັນດາປັດໃຈທີ່ຊີ້ບອກວ່າ ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການອາດມີຕົ້ນກຳເນີດຮ່ວມກັນໄດ້ນັ້ນ ລວມມີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- ປະເພດຂອງຜູ້ຜະລິດ. ຖ້າຫາກສິນຄ້າປະເພດຕ່າງໆ ໄດ້ຖືກຜະລິດຂຶ້ນມາ ໂດຍອຸດສາຫະກຳປະເພດດຽວກັນ, ພວກມັນກໍ່ເຊື່ອມໂຍງກັນດ້ວຍຄວາມຈິງນັ້ນ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ອຸດສາຫະກຳທີ່ຈັດຫາຜະລິດຕະພັນດູແລສຸຂະພາບ ກໍ່ບໍ່ພຽງແຕ່ຜະລິດ "*ຜະລິດຕະພັນຢາ*" ເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ກໍ່ຍັງມີ "*ຜະລິດຕະພັນສຸຂະອະນາໄມສ່ວນບຸກຄົນ*", *"ສະບູ", "ເຄື່ອງສຳອາງ", "ຜ້າພັນແຜ", "ເຄື່ອງມືຜ່າຕັດ" ແລະ "ເຄື່ອງມືປົວແຂ້ວ" ແລະ "ອຸປະກອນສຳລັບຜ່າຕັດກະດູກ*". ສະຫະກອນກະສິກຳແລະອຸດສາຫະກຳແມ່ນບ່ອນກຳເນີດຂອງຜະລິດຕະພັນອາຫານ. ຜະລິດຕະພັນອາດຈະຖືກຖືວ່າ "ຄ້າຍຄືກັນ" ໃນຂອບເຂດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບປະເພດອຸດສາຫະກາ ທີ່ໄດ້ຜະລິດ ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນຂຶ້ນມາ.

- ວິທີການແລະເຕັກໂນໂລຢີທີ່ນຳໄປໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ໂຮງງານຜະລິດແຜ່ນແພແລະສະຖານທີ່ຜະລິດ ອາດຜະລິດ "*ເສື້ອຜ້າ" ແລະ "ເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມ" ໄດ້ ເຊັ່ນດຽວກັບ "ຜ້າກັ້ງ*" ແລະ *"ໃບເຮືອ"*. ບັນດາບໍລິສັດທີ່ມີເຕັກໂນໂລຢີໃນການຜະລິດ ຜະລິດຕະພັນໄຟຟ້າແລະເອເລັກໂຕຣນິກ ກໍ່ອາດຈະສາມາດຜະລິດ ຜະລິດຕະພັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັນໄດ້ຢ່າງຫຼວງຫຼາຍເຊິ່ງກໍ່ຈະມີລັກສະນະທີ່ "ຄ້າຍຄືກັນ" ກໍ່ຍ້ອນເຕັກໂນໂລຢີທີ່ໄດ້ນຳມາໃຊ້ໃນການຜະລິດ.

- ແນວທາງຂອງການປະຕິບັດທາງການຄ້າຫຼືການຕະຫລາດໂດຍປົກກະຕິ. ມັນເປັນທີ່ໄດ້ຖືກຄາດເດົາໄວ້ວ່າອຸດສາຫະກຳສະເພາະໃດຫນຶ່ງບາງປະເພດນັ້ນ ຈະມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະຂະຫຍາຍໄປສູ່ອຸດສາຫະກຳທີ່ໃກ້ຄຽງຫຼືທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັນໃນເວລາທີ່ພວກເຂົາໄດ້ມີການພັດທະນາ. ໃນກໍລະນີນີ້, ສິນຄ້າແລະການບໍລິການໃນຂະແໜງການຄ້າທີ່ຢູ່ຕິດກັນໃກ້ຄຽງກັນນັ້ນ ກໍ່ມັກຈະຊີ້ໃຫ້ເຫັນໄດ້ວ່າ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນແມ່ນ "ຄ້າຍຄືກັນ". ຕົວຢ່າງ, ອຸດສາຫະກຳເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມແລະອຸດສາຫະກຳເຄື່ອງປະດັບທີ່ເຮັດມາຈາກໜັງ ກໍ່ອາດຈະມີການເຊື່ອມໂຍງກັນໃນຂະນະທີ່ພວກເຂົາມີການຂະຫຍາຍຕົວ. ຜູ້ຜະລິດ *"ນ້ຳຫອມແລະເຄື່ອງສຳອາງ"* ກໍ່ອາດຈະເປີດຕົວສາຍການ

ຜະລິດຂອງ "*ອຸປະກອນເສີມທີ່ລວມທັງແວ່ນຕາກັນແດດ*".

- ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຜູ້ດຽວກັນສຳລັບການບໍລິການ ແລະ ຜະລິດຕະພັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ມັນເປັນເລື່ອງທຳມະດາ ສຳລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການໃນການຈັດຫາສິນຄ້າທີ່ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ໃຊ້ຮ່ວມກັບການຊື້ຂາຍການບໍລິການ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ການໃຫ້ບໍລິການ *"ສະປາ ແລະ ຍິມອອກກຳລັງກາຍ" ຈະມີ "ຜະລິດຕະພັນອາຫານເສີມ", "ຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງສຳອາງ", ຫຼື "ອຸປະກອນອອກກຳລັງກາຍ".* ບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນແລະລາຍການສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງນັ້ນ ອາດຈະຖືໄດ້ວ່າ "ຄ້າຍຄືກັນ".

<u>2.2.4 ສາທາລະນະຊົນ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ</u>

ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການໃນຕະຫລາດແມ່ນໄດ້ຖືກນຳສະເໜີຕໍ່ສາທາລະນະຊົນ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີຄຸນລັກສະນະແຕກຕ່າງກັນ. ຄຳ ຖາມກ່ຽວກັບໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນແມ່ນສຸມໃສ່ຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ຂາຍຢູ່ໃນຕະຫລາດໃນປະເທດໃດໜຶ່ງນັ້ນ ສາມາດຮັບຮູ້ເຫັນໄດ້ຈາກປະຊາຊົນຫຼືຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງວ່າ ແມ່ນຕົ້ນກຳເນີດແຫລ່ງທີ່ມາຈາກການດຳເນີນການທາງການຄ້າໂດຍສະເພາະ. ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ລັກສະນະຂອງກຸ່ມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ສິນຄ້າແລະການບໍລິການໄດ້ຖືກກ່າວເຖິງນັ້ນ ຈະເປັນປັດໄຈຫຼັກໃນການຕັດສິນໃຈວ່າ ມັນໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ ຖ້າເຄື່ອງໝາຍທີ່ມາໃນພາຍຫລັງນັ້ນ ຢູ່ຮ່ວມກັນໄດ້ ກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາແລ້ວໃນທີ່ຜ່ານມາ.[24]

2.2.4.1 ກຸ່ມຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ

ໃນກໍລະນີທີ່ມັນມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍສອງອັນ "ໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ" ທີ່ຈະຖືກສ້າງຂຶ້ນມາ ກໍ່ໝາຍເຖິງວ່າຄວາມສັບສົນທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນ ທີ່ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກແລະພົນລະເມືອງຂອງປະເທດ ໃນບ່ອນທີ່ການດຳເນີນການກວດສອບເກີດຂຶ້ນ.

ກຸ່ມປະຊາຊົນຫຼືຜູ້ຄົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກໍ່ແມ່ນກຸ່ມຫຼືພາກສ່ວນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນເຊິ່ງໄດ້ຖືກລະບຸໄວ້ສຳລັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ. ຄວາມເປັນໄປໄດ້ຂອງໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ ຄວນຈະໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາແລະກຳນົດ

[24] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 3.

ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍທົ່ວໄປ. ເຊິ່ງນີ້ກໍ່ປະກອບມີ*ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ແທ້*ຈິງກໍ່ຄື*ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນຢູ່*ແລ້ວແລະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີໂອກາດຈະມາເປັນຜູ້ບໍລິໂພກສິນຄ້ານີ້.

ໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັ້ນ ຄວນໄດ້ຮັບການຍອມຮັບ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກ*ສ່ວນໃຫຍ່*ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ຢູ່ໃນປະເທດນັ້ນອາດຈະສັບສົນ. ມັນບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຫຼືລູກຄ້າທີ່ແທ້ຈິງທັງໝົດມີຄວາມສັບສົນ.

ໃນເວລາທີ່ກຳນົດ "ກຸ່ມປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ" ຫຼື "ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ", ມັນຈຳເປັນຕ້ອງມີການໄຈແຍກຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງ*ປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປ*ແລະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຢູ່ໃນສາຍ "*ວິຊາອາຊີບ*" ຫຼື "*ຜູ້ຊ່ຽວຊານສະເພາະດ້ານ*" ໂດຍອີງຕາມທີ່ວ່າ ສິນຄ້າຫຼືບໍລິການນັ້ນ ໄດ້ຖືກສົ່ງໄປເຖິງຜູ້ໃດ.

- ຖ້າຫາກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຄ້າຍຄືກັນທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍທັງສອງອັນ ໄດ້ຖືກສົ່ງໄປໃຫ້ ຜູ້ບໍລິໂພກຂອງ*ປະຊາຊົນທົ່ວໄປ*ແລ້ວນັ້ນ, ໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນຄວນຈະໄດ້ຮັບການປະເມີນຈາກທັດສະນະມຸມມອງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກປະເພດນັ້ນ. ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຖ້າຫາກຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການທີ່ໄດ້ຖືກກວມເອົາດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍ*ທັງສອງ*ອັນ ໄດ້ຖືກສົ່ງໄປໃຫ້ສະເພາະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນພວກທີ່ຢູ່ໃນສາຍວິຊາອາຊີບຫຼືສາຍຜູ້ຊ່ຽວຊານ, ຍົກຕົວຢ່າງເຊັ່ນວ່າ ອາຊີບທາງການແພດ, ວິສະວະກອນ, ຜູ້ຊ່ຽວຊານດ້ານຄອມພິວເຕີແລະອື່ນໆ, ຂໍ້ມູນໃນສ່ວນນີ້ ກໍ່ຄວນໃຫ້ມີການພິຈາລະນາຈາກກຸ່ມຜູ້ບໍລິໂພກນີ້.

- ຖ້າຫາກຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍທັງສອງອັນນັ້ນທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງກັນ, ມັນໄດ້ຖືກສົ່ງໄປໃຫ້*ປະຊາຊົນທົ່ວໄປ* ຕະຫລອດຮອດຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນສາຍ *ວິຊາອາຊີບ* ຫຼື *ຜູ້ຊ່ຽວຊານ*, ຢ່າງເທົ່າທຽມກັນນັ້ນ, ມາດຕະຖານທີ່ຈະນຳມາໃຊ້ ກໍ່ຄວນແມ່ນການຮັບຮູ້ທີ່ມີຕໍ່ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການຂອງປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປເຊິ່ງສົມມຸດວ່າ ມີລະດັບຄວາມເອົາໃຈໃສ່ທີ່ຕ່ຳກວ່າ.

- ຖ້າຫາກຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ໜຶ່ງໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງ ໄດ້ຖືກສົ່ງຕໍ່ໃຫ້*ຄົນທົ່ວໄປ*ແລະອີກເຄື່ອງໝາຍອັນໜຶ່ງ ແມ່ນໃຊ້ສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ແນໃສ່ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນສາຍ *ວິຊາອາຊີບ* ຫຼື *ຜູ້ຊ່ຽວຊານ* ນັ້ນ, ມາດຕະຖານທີ່ຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ ກໍ່ແມ່ນຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຂອງບັນດາຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນສາຍ ວິຊາອາຊີບ ຫຼື ຜູ້ຊ່ຽວຊານ ນັ້ນເອງ. ໃນກໍລະນີນີ້, ມັນກໍ່ເປັນ

ທີ່ເຂົ້າໃຈວ່າ ເຖິງແມ່ນວ່າຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ມີໄວ້ສຳລັບປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປນັ້ນ, ມັນກໍ່ສາມາດເຂົ້າໄປເຖິງພາກສ່ວນວິຊາຊີບໄດ້ຄືກັນ. ແຕ່ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ມັນອາດສາມາດເປັນໄປໄດ້, ຍ້ອນວ່າຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການສຳລັບກຸ່ມຂອງຜູ້ ບໍລິໂພກທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງໃດໜຶ່ງ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນບໍ່ໄດ້ຖືກໄດ້ນຳສະເໜີຂາຍໃຫ້ໃຫ້ປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປ. ດັ່ງນັ້ນ, ການຮັບຮູ້ຂອງປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປຈຶ່ງບໍ່ໄດ້ກ່ຽວຂ້ອງ ເນື່ອງຈາກພວກເຂົາຈະບໍ່ໄດ້ຮັບການນຳສະເໜີ ຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ ທີ່ຖືກສົ່ງໄປຫາຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນສາຍ ວິຊາອາຊີບ ຫຼື ຜູ້ຊ່ຽວຊານ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຖ້າເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ ໄດ້ກວມລວມເອົາສິນຄ້າທີ່ເປັນ '*ກາວສຳລັບນຳໃຊ້ໃນອຸດສາຫະກຳແລະການຜ່າຕັດ* ແລະເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ມາໃນພາຍຫລັງຈາກນັ້ນ ໄປກວມເອົາສິນຄ້າທີ່ເປັນ '*ກາວແລະກາວສຳລັບເຄື່ອງ ໃຊ້ຫ້ອງການແລະເຄື່ອງ ໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ*', ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການອ້າງອີງກໍ່ຈະເປັນຜູ້ທີ່ອາດຈະໄດ້ຮັບຂໍ້ສະເໜີທັງສອງປະເພດສິນຄ້ານັ້ນ. ໃນກໍລະນີນີ້, ກໍ່ແມ່ນຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນສາຍວິຊາອາຊີບ. ປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປຄົງຈະບໍ່ໄດ້ຮັບຂໍ້ສະເໜີຂອງສິນຄ້າ ສຳລັບການໄປນຳໃຊ້ໃນອຸດສາຫະກຳ.

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ໄດ້ກວມລວມເອົາສິນຄ້າທີ່ເປັນ "ເຄື່ອງຈັກແລະເຄື່ອງມືກົນຈັກ, ມໍເຕີແລະເຄື່ອງຈັກ, ອຸປະກອນເຄື່ອງຈັກກະສິກຳ' ແລະເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ໃນຕໍ່ມາໄປກວມລວມເອົາສິນຄ້າທີ່ເປັນ "ເຄື່ອງ ໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນທີ່ເປັນ ເຄື່ອງປັ່ນ, ເຄື່ອງຕັດແລະເຄື່ອງປະສົມອາຫານ" ກຸ່ມທີ່ອ້າງອີງສຳລັບຈຸດປະສົງໃນການວິເຄາະດ້ານຄວາມຮັບຮູ້ກໍ່ແມ່ນຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ສາມາດສົນໃຈໃນຜະລິດຕະພັນທັງສອງປະເພດ ນັ້ນກໍ່ຄື: ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນສາຍ ວິຊາອາຊີບ. ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປນັ້ນ ຈະບໍ່ໄດ້ຮັບຂໍ້ສະເໜີກ່ຽວກັບເຄື່ອງຈັກອຸດສາຫະກຳຫຼືກະສິກຳ.

2.2.4.2 ຄວາມກ່ຽວພັນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ໃນການກຳນົດສິ່ງທີ່ຈະກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ[25]

2.2.4.2.1 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງ ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ

ໃນການຕັດສິນໃຈວ່າ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການແມ່ນຄ້າຍຄືກັນນັ້ນ, ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການຈະເປັນເປັນປັດໃຈໜຶ່ງທີ່ຄວນພິຈາລະນາ. ໂດຍ

[25] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 3, ຂໍ້ 1.

ສະເພາະເປັນຢ່າງຍິ່ງ ແມ່ນຂຶ້ນກັບວ່າຜູ້ບໍລິໂພກເປັນຜູ້ບໍລິໂພກລະດັບກາງຫຼືລະດັບສຸດທ້າຍ, ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການຈະມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງຫຼາຍຫຼືໜ້ອຍ.

ສິນຄ້າທີ່ເປັນວັດຖຸດິບຫຼືປັດໄຈໃນການ ຜະລິດສິນຄ້າອື່ນນັ້ນ ແມ່ນຖືກສົ່ງໄປໃຫ້ລູກຄ້າໃນອຸດສາຫະກຳ, ທີ່ເປັນແບບມືອາຊີບ ຫຼື ທີ່ປັນສາຍການຜະລິດ. ຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບກໍ່ຖືກສົ່ງໄປໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຢູ່ລະດັບສຸດທ້າຍ.

ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ, ຜູ້ຜະລິດແຜ່ນແກ້ວໂດຍປົກກະຕິ ກໍ່ຈະມີລູກຄ້າຂອງພວກເຂົາທີ່ເປັນຜູ້ຜະລິດປ່ອງຢ້ຽມ, ບານປ່ອງຢ້ຽມ, ແວ່ນແລະອື່ນໆ. ແຜ່ນແກ້ວ ແມ່ນສ່ວນປະກອບທີ່ໃຊ້ໃນການຜະລິດ ຜະລິດຕະພັນອື່ນໆ, ແລະໂດຍປົກກະຕິກໍ່ຈະບໍ່ຂາຍໂດຍກົງໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ລະດັບສຸດທ້າຍ. ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຂໍ້ມູນທີ່ປະຫວັດຂອງລູກຄ້າທີ່ຊື້ວັດສະດຸກໍ່ສ້າງນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນແຕກຕ່າງໄປຈາກຂອງຜູ້ທີ່ຊື້ເຮືອນສຳເລັດຮູບຫຼືການບໍລິການກໍ່ສ້າງ.

ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ແມ່ນມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນຢ່າງແນ່ນອນ, ໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັ້ນ ກໍ່ຈະຫລຸດລົງເລື້ອຍໆ.

2.2.4.2.2 ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກ

ລັກສະນະຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນພາກສ່ວນສະເພາະໃດໜຶ່ງນັ້ນ ຈະເປັນຕົວກຳນົດວິທີການຮັບຮູ້ ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ. ຕົວຢ່າງ, ຄວາມໝາຍແລະລັກສະນະຂອງເຄື່ອງໝາຍຈະເຂົ້າໃຈແລະຮັບຮູ້ໄດ້ນັ້ນ ແຕກຕ່າງກັນໄປໂດຍຂຶ້ນຢູ່ກັບວັດທະນະທຳ ແລະພາສາປາກເວົ້າຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (ເບິ່ງ ຂໍ້ 2.2.3 ຂ້າງເທິງ).

ສັນຍາລັກທີ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ຊັດເຈນໃຫ້ກັບຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປໃນປະເທດໜຶ່ງ ອາດຈະມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໃຫ້ກັບຜູ້ບໍລິໂພກໃນປະເທດອື່ນຢ່າງສັບສົນ. ນັກກວດສອບຕ້ອງເບິ່ງປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນປະເທດທີ່ມີການຍື່ນຈົດທະບຽນ.

2.2.4.2.3 ລັກສະນະສະເພາະຂອງສັນຍາລັກ

ລັກສະນະຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງປະຊາຊົນໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ ຈະເປັນຕົວກຳນົດຄວາມຮັບຮູ້ຂອງສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ. ການຮັບຮູ້ນີ້ ຈະເປັນຕົວກຳນົດ

ລະດັບລັກສະນະສະເພາະຂອງສັນຍາລັກສຳລັບຜູ້ບໍລິໂພກໃນປະເທດນັ້ນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳວ່າ "GOURMET-Moderna" ສຳລັບ *"ຜະລິດຕະພັນອາຫານ"* ອາດຈະຖືກເບິ່ງວ່າມັນມີລັກສະນະໂດຍທົ່ວໄປ, ທີ່ສາມາດອະທິບາຍ, ຫຼືມີເອກະລັກສະເພາະ ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກໃນປະເທດຕ່າງໆ ໂດຍທີ່ອີງຕາມຄວາມຮູ້ຫຼືຄວາມຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບຄຳສັບ ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກນັ້ນ.

2.2.4.3 ລະດັບຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ

ເມື່ອວິເຄາະເບິ່ງໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນຂອງເຄື່ອງໝາຍ (ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ) ທີ່ນຳໄປໃຊ້ກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ຈຳເປັນຕ້ອງພິຈາລະນາລະດັບ ຄວາມສົນໃຈທີ່ມັກໃຊ້ ໂດຍຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ອ້າງອີງໃນແຕ່ລະກໍລະນີ ຄວນຈະເປັນ*ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປ*ຂອງປະເພດ ຫຼື ໝວດໝູ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຍັງເປັນບັນຫາ. ຜູ້ບໍລິໂພກຄວນໄດ້ຮັບການສັນນິຖານວ່າເປັນ ຜູ້ທີ່ມີ "ຄວາມຮອບຮູ້", "ຊ່າງສັງເກດ" ແລະ "ມີຄວາມຄິດ" ຢ່າງມີເຫດມີຜົນ. ລະດັບຄວາມ ສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຄວນຈະແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມປະເພດຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ ຈະຊື້.[26]

ເຖິງແມ່ນວ່າລະດັບຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຊື້ອາດຈະຂຶ້ນກັບປະເພດຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການແລະບໍ່ວ່າຜູ້ບໍລິໂພກຈະເປັນຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນສາຍ ວິຊາອາຊີບ ຫຼື ຜູ້ ຊ່ຽວຊານ, ແຕ່ປັດໃຈອື່ນໆກໍ່ສາມາດມີບົດບາດ. ລະດັບຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຊື້ແຕ່ລະຄົນຈະ ຂຶ້ນກັບປັດໃຈຕ່າງໆທີ່ບໍ່ຂຶ້ນກັບຄວາມຊ່ຽວຊານດ້ານທຸລະກິດຂອງແຕ່ລະບຸກຄົນ. ເຖິງຢ່າງໃດ ກໍ່ຕາມ ມັນກໍ່ອາດຈະຖືວ່າຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເຮັດວຽກໃນຂະແໜງການ ສາຍ ວິຊາອາຊີບ ຫຼື ຜູ້ ຊ່ຽວຊານຈະບໍ່ຄ່ອຍສັບສົນ ເມື່ອພວກເຂົາເຈົ້າມີການຊື້ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ພວກ ເຂົາຄຸ້ນເຄີຍຫຼືເຄີຍຊື້.

ປັດໄຈໜຶ່ງທີ່ກຳນົດລະດັບຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ກໍ່ແມ່ນ *ລະດັບການມີສ່ວນ ຮ່ວມ* ໃນການຊື້ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການ. ສິ່ງນີ້ແມ່ນຂຶ້ນກັບລະດັບທີ່ການຊື້ນັ້ນ ມີ

[26] ເບິ່ງ ຄູ່ມືຊັ້ບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 3, ຂໍ້ 3.

ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກສະເພາະໃດໜຶ່ງ.

ຍິ່ງການຊື້ຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການມີຄວາມສຳຄັນຫລາຍຂຶ້ນເທົ່າໃດ ຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຊື້ກໍ່ຫຼາຍຂຶ້ນເທົ່ານັ້ນ ເຊິ່ງຈະຊ່ວຍຫຼຸດຜ່ອນໂອກາດທີ່ຜູ້ຊື້ຈະຖືກຫລອກລວງຫຼືສັບສົນ ຖ້າພວກເຂົາໄດ້ຮັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນ.

ຄວາມສົນໃຈໃນລະດັບສູງສາມາດຄາດຫວັງໄດ້ຈາກຜູ້ບໍລິໂພກວ່າ ການຊື້ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີລາຄາແພງ, ບໍ່ຜະລິດມາຫຼາຍ ຫຼືອາດຈະເປັນອັນຕະລາຍຫຼືເກີດອັນຕະລາຍ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ການຊື້ສິນຄ້າເຊັ່ນເຮືອນຫຼືລົດ, ຫຼືການບໍລິການຕ່າງໆເຊັ່ນ ຄຳ ແນະນຳດ້ານການແພດຫຼືການເງິນ, ຈະໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາເບິ່ງຢ່າງລະມັດລະວັງຫລາຍຂຶ້ນ. ເຊັ່ນດຽວກັນກັບສິນຄ້າເຊັ່ນ: ຜະລິດຕະພັນການຢາຕາມທີ່ຜູ້ຊ່ຽວຊານດ້ານການແພດທີ່ສັ່ງເອົາຜະລິດຕະພັນນັ້ນ ຫຼື ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຊື້ຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານັ້ນ 'ຜ່ານທາງເຄົານ໌ເຕີ'.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ລະດັບຄວາມສົນໃຈທີ່ຢູ່ໃນລະດັບຕ່ຳກວ່າ ອາດຈະເກີດຂຶ້ນຈາກການຊື້ສິນຄ້າໃນລາຄາຖືກເລື້ອຍໆ.

<u>2.2.5 ປັດໃຈອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ</u>

ປັດໃຈອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນໃນບາງກໍລະນີແມ່ນ: [27]

- ກຸ່ມ ແລະ ຊຸດ ຂອງເຄື່ອງໝາຍ;
- ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໄດ້ເກີດມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງໃນປະເທດ;
- ການຕັດສິນໃຈໃນເມື່ອກ່ອນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍດຽວກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ.

[27] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີລົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 6.

2.2.5.1 ກຸ່ມ ແລະ ຊຸດ ຂອງເຄື່ອງໝາຍ[28]

- ❖ ຄຳວ່າ *"ກຸ່ມ"* ໃນທີ່ນີ້ ແມ່ນໝາຍເຖິງກຸ່ມຂອງເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີອົງປະກອບອັນໂດດເດັ່ນທົ່ວໄປ ໜຶ່ງ ຫຼືຫຼາຍກວ່າ ແລະເປັນຂອງບຸກຄົນດຽວກັນ. ອົງປະກອບທົ່ວໄປເຫຼົ່ານັ້ນອາດຈະມີລັກສະນະເດັ່ນແຕກຕ່າງກັນຫຼືອາດຈະໄດ້ຮັບລັກສະນະສະເພາະ ໂດຍຜ່ານການນຳໃຊ້ຫຼືການໂຄສະນາໃນປະເທດ. ອົງປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນສະເພາະນີ້ ໄດ້ມີການໃຊ້ຮ່ວມກັນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍທັງໝົດ ທີ່ຢູ່ໃນກຸ່ມດຽວກັນ ເຊິ່ງຈະຊ່ວຍເສີມສ້າງຂໍ້ມູນທີ່ຖ່າຍທອດໂດຍເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຕົ້ນກຳເນີດທາງການຄ້າຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ. ບັນດາເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບເປັນກຸ່ມເຄື່ອງໝາຍ ໂດຍທົ່ວໄປແມ່ນຈະໄດ້ຈົດທະບຽນ (ແລະອາດກ່ຽວຂ້ອງເຊິ່ງກັນແລະກັນ ເພື່ອຈຸດປະສົງຂອງການມອບໝາຍຫນ້າທີ່ໃນການໃຊ້ວຽກຂອງພວກເຂົາ), ແຕ່ມັນກໍ່ບໍ່ໄດ້ຖືກຍົກເວັ້ນວ່າ ບາງເຄື່ອງໝາຍໃນກຸ່ມ ອາດຈະບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ. ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບເປັນ "ກຸ່ມ" ຂອງເຄື່ອງໝາຍກໍ່ອາດຈະມີລັກສະນະເປັນ "ເຄື່ອງໝາຍລວມ" ຫຼື "ເຄື່ອງໝາຍເຊື່ອມໂຍງ".[29]

- ❖ "*ຊຸດ*" ເຄື່ອງໝາຍ ແມ່ນກຸ່ມເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນພ້ອມກັນຫຼືໄດ້ຈົດທະບຽນ ເປັນລຳດັບຕໍ່ເນື່ອງແລະຕິດຕໍ່ເຊື່ອມໂຍງກັນເປັນຊຸດໂດຍການຕັດສິນໃຈຂອງຫ້ອງການທີ່ຂຶ້ນທະບຽນໃຫ້. ເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບກັນເປັນຊຸດຕ້ອງມີໝົດ ທຸກຢ່າງຂອງສ່ວນປະກອບທີ່ມີ ຄວາມໂດດເດັ່ນ. ຮູບແບບຫຼືຄວາມແຕກຕ່າງຂອງພວກມັນຕ້ອງກ່ຽວຂ້ອງກັບສິ່ງທີ່ບໍ່ແມ່ນລັກສະນະສະເພາະ. ຜົນດີອັນໜຶ່ງຂອງການມີການຈົດທະບຽນເປັນຊຸດແບບນີ້ແມ່ນການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆທີ່ປະກອບເປັນຊຸດນັ້ນແມ່ນມີ *"ສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ"* ການການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະບໍ່ສາມາດກຳນົດຫຼືໂອນຍ້າຍແບບແຍກກັນຕ່າງຫາກ. ເຄື່ອງໝາຍໃນຊຸດຈະຖືກຈົດທະບຽນຕະຫຼອດເວລາ, ເພາະວ່າຊຸດດັ່ງກ່າວແມ່ນການເຊື່ອມຕໍ່ແບບທາງການທີ່ໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນໃນບັນດາເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນເທົ່ານັ້ນ.

ການມີຢູ່ຂອງກຸ່ມຫຼືຊຸດເຄື່ອງໝາຍຫລາຍໆຢ່າງສາມາດເຮັດໃຫ້ການຄົ້ນພົບໂອກາດ ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ. ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳມາແຂ່ງກັນນັ້ນ ມີສ່ວນປະກອບທີ່ມີ

[28] ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ໃນບົດເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 42(1)(ຊ) ແລະ (2), ທີເອັມອາຣ ອາຣ. 17; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 24; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 17, ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 7 'ເຫດຜົນທີ່ກ່ຽວຂອງໃນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ' ຫນ້າ 39 (*ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍສະເພາະ ໃນກຸ່ມດຽວກັນເທົ່ານັ້ນ*); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ້ທີ. 4.19 ແລະ ຈົດໝາຍວຽນ 01/2007 ເອັສ. 37.4.ບີ. ("ເຄື່ອງໝາຍຊຸດ")

[29] ສຳລັບຕົວຢ່າງ, ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ວຽດນາມ ໄອພີເອັວ ເອອາຣ້ທີ. 4.19 ແລະ ຈົດໝາຍວຽນ 01/2007 ເອັສ. 37.4.ບີ

ລັກສະນະສະເພາະແບບດຽວກັນທີ່ມີຢູ່ໃນລັກສະນະຂອງເຄື່ອງໝາຍທຸກຢ່າງທີ່ຢູ່ໃນກຸ່ມຫຼືຊຸດ, ຜູ້ບໍລິໂພກກໍ່ສາມາດເຊື່ອວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳມາແຂ່ງນັ້ນ ກໍ່ຍັງເປັນຂອງກຸ່ມຫຼືຊຸດຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດຖືວ່າ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳມາແຂ່ງນັ້ນ ມີຕົ້ນກຳເນີດທາງການຄ້າບ່ອນດຽວກັນຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການອື່ນໆ. ສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງທີ່ມີຂໍ້ຜິດພາດແບບນີ້ແມ່ນຄວນໃຫ້ຫລີກລ້ຽງ.

ໃນກໍລະນີທີ່ການປະຕິເສດຫຼືຄັດຄ້ານໃຫ້ກັບການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາໃນພາຍຫລັງໂດຍອາໄສ ເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ ທີ່ເປັນຂອງກຸ່ມຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ຄວາມຈິງນີ້ຕ້ອງໄດ້ຖືກຮຽກຮ້ອງແລະຢືນຢັນໂດຍຝ່າຍກົງກັນຂ້າມ. ຖ້າຫາກວ່າ ມີການກຳນົດການມີຢູ່ຂອງກຸ່ມຫຼືຊຸດເຄື່ອງໝາຍ, ນັກກວດສອບຄວນສົມທຽບເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳມາໂຕ້ແຍ້ງກັບກຸ່ມຂອງເຄື່ອງໝາຍທັງໝົດ. ການວິເຄາະຄວນຈະພິຈາລະນາກຳນົດວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ມາໃນພາຍຫລັງ ມີຄຸນລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຂອງກຸ່ມຫຼືບໍ່, ເຊິ່ງວ່າ ມັນມີແນວໂນ້ມທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈະເຂົ້າໃຈຜິດວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳມາໂຕ້ແຍ້ງນັ້ນ ແມ່ນການເພີ່ມເຕີມ ເຄື່ອງ ໝາຍໃໝ່ເຂົ້າໄປໃນກຸ່ມ.

ບັນດາອົງປະກອບທີ່ພົບເຫັນມີຢູ່ທົ່ວໄປໃນເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ເປັນຂອງກຸ່ມ ຫຼື ຊຸດເຄື່ອງໝາຍ ຕ້ອງມີເອກະລັກສະເພາະທີ່ *ໂດດເດັ່ນ.* ກຸ່ມຫຼືຊຸດເຄື່ອງໝາຍຕ່າງໆ ບໍ່ສາມາດທ້າທາຍກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ມາໃນພາຍຫລັງນັ້ນໄດ້ຢ່າງປະສົບຜົນສຳເລັດບົນພື້ນຖານຂອງອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະ ທົ່ວໄປ, ມີລັກສະນະອະທິບາຍ ຫຼື ບໍ່ມີ ລັກສະນະສະເພາະ.

ກຸ່ມຂອງເຄື່ອງໝາຍຄຳສັບ ທີ່ອີງໃສ່*ຄຳນຳໜ້າ* ຫຼື *ຄຳຕໍ່ທ້າຍ* ທີ່ມີລັກສະນະແບບຈິນຕະນາການ ຫຼືແບບຕາມໃຈທີ່ໄປທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເຊື່ອມໂຍງກັບປະເພດສິນຄ້າຈະສ້າງເປັນກໍລະນີທີ່ຈະແຈ້ງ ທີ່ຈະກໍ່ໃຫ້ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ. ຍົກຕົວຢ່າງ, ກຸ່ມ/ຊຸດເຄື່ອງໝາຍ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນອີງໃສ່ຄຳຕໍ່ທ້າຍທີ່ແມ່ນແບບຄິດເອົາເອງຕາມໃຈນັ້ນ ກໍ່ຄືຄຳວ່າ ‘KAST’:

PanaKast, MyroKast, FramaKast, SaniKast

ກຸ່ມເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນອີງໃສ່ອົງປະກອບຫຼັກທີ່ເປັນຄຳວ່າ 'BAY' ທີ່ເອົາມາຈາກຊື່ຂອງບໍລິສັດ BAYER:[30]

Baydur, Bayfil, Baycoll, Baygon, Baysol, Baypran, Baytril, Bayga, Bayfol, Bayflex, etc.

ໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນໂດຍອີງໃສ່ຊຸດຂອງເຄື່ອງໝາຍກ່ອນຫນ້ານີ້ຈະກຳນົດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຕໍ່ມາໃນພາຍຫລັງ ມີສ່ວນປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນຂອງຊຸດໃນຮູບແບບທີ່ຄືກັນຫຼືໃນຮູບແບບທີ່ຄ້າຍຄືກັນຫຼາຍ. ສິ່ງນີ້ອາດຈະລວມໄປດ້ວຍ ຕຳແໜ່ງ ຂອງ ຄຳນຳໜ້າ ແລະ ຄຳຕໍ່ທ້າຍເນື່ອງ, ເນື່ອງຈາກຕຳແໜ່ງຂອງອົງປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນນັ້ນ ແມ່ນໜຶ່ງໃນປັດໃຈທີ່ກຳນົດລັກສະນະຂອງເຄື່ອງໝາຍໃນກຸ່ມຫຼືຊຸດເຄື່ອງໝາຍ. ສິ່ງນີ້ອາດຈະມີຂໍ້ຍົກເວັ້ນທີ່ອົງປະກອບທີ່ໄດ້ຖືກກ່າວເຖິງ ໂດດເດັ່ນຫຼາຍເຊິ່ງມັນກໍ່ສາມາດຢືນຢູ່ໄດ້ດ້ວຍຕົວຂອງມັນເອງ. ໃນກໍລະນີນີ້, ການປ່ຽນຕຳແໜ່ງຂອງມັນຈະບໍ່ລົບລ້າງຄວາມຄ້າຍຄືຂອງສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງຂອງເຄື່ອງໝາຍ.

2.2.5.2 ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໄດ້ເກີດມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງໃນປະເທດ

ຄວາມຈິງທີ່ວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງໄດ້ຢູ່ຮ່ວມກັນໃນຕະຫຼາດດຽວກັນເປັນໄລຍະເວລາໜຶ່ງເປັນປັດໃຈທີ່ຄວນນຳມາພິຈາລະນາ.

ເພື່ອໃຫ້ການຢູ່ຮ່ວມກັນມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງກັນ ໃນຖານະເປັນປັດໃຈໜຶ່ງ ທີ່ຕ້ານການຄົ້ນຫາໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ, ມັນຕ້ອງໄດ້ອີງໃສ່ການນຳໃຊ້ໄປພ້ອມໆກັນໃນຕະຫລາດພາຍໃນປະເທດ. ຜູ້ຮ້ອງຂໍກໍ່ຈະຕ້ອງພິສູດໃຫ້ເຫັນວ່າ ມີການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວແລ້ວຢູ່ໃນປະເທດແລະບໍ່ເຫັນວ່າມີຄວາມສັບສົນຫຼືໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ.

ໄລຍະເວລາຂອງການຢູ່ຮ່ວມກັນຄວນມີເວລາດົນພໍສົມຄວນທີ່ຈະອະນຸຍາດໃຫ້ມີການປະເມີນຜົນກະທົບຂອງສະຖານະການດັ່ງກ່າວ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ການຢູ່ຮ່ວມກັນນັ້ນຕ້ອງຕ້ອງເປັນໄປຢ່າງສັນຕິ, ໃນແງ່ທີ່ມັນເປັນທີ່ຍອມຮັບຫຼືໄດ້ຮັບການຍອມຮັບຈາກຝ່າຍຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ການຢູ່ຮ່ວມກັນ *ໂດຍຂັ້ນກາງການດຳເນີນການຂອງພາກສ່ວນຕ່າງໆ* ຈະບໍ່ແມ່ນ

[30] ເບິ່ງ http://www.bayer.com/en/products-from-a-to-z.aspx.

ການຢູ່ຮ່ວມກັນທີ່ຖືກຕ້ອງເພື່ອຈຸດປະສົງ ເພື່ອກຳຈັດໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ.

ສິ່ງດັ່ງກ່າວຍັງຈະນຳເອົາບົດບັນຍັດຂອງກົດໝາຍແຫ່ງຊາດກ່ຽວຂ້ອງກັບສິດທີ່ໄດ້ມາ ຈາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່*ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ*. ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍໄດ້ລະບຸໄວ້ວ່າ ສິດທີ່ເກີດຂຶ້ນຈາກການນຳໃຊ້ໃນຕະຫຼາດ, ຫຼືວ່າ "*ການນຳໃຊ້ທີ່ຖືກຕ້ອງພ້ອມກັນດ້ວຍຄວາມຊື່ສັດ*" ນັ້ນກໍ່ໃຫ້ເກີດ ສິດຕາມກົດໝາຍທົ່ວໄປ, ປັດໃຈເຫຼົ່ານີ້ອາດຈະບໍ່ສົ່ງຜົນໃນລະຫວ່າງການ ຄັດຄ້ານ.[31]

2.2.5.3 ການຕັດສິນໃຈກ່ອນໜ້ານີ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍຄືກັນ ຫຼື ຄ້າຍຄືກັນ

ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂໍຈົດທະບຽນ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນມາກ່ອນ, ເຄື່ອງ ໝາຍອ້າງອີງ ເຄີຍເກີດຂຶ້ນມາກ່ອນໃນປະເທດ, ແລະໄດ້ມີການອອກຄຳຕັດສິນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ອອກມາ, ຂໍ້ເທັດຈິງນີ້ຄວນໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາໂດຍນັກກວດສອບ. ນັກກວດສອບຄວນ ພິຈາລະນາກວດສອບດ້ວຍຄວາມລະມັດລະວັງເປັນພິເສດວ່າ ຄວນຈະມີການຕັດສິນໃຈແບບ ດຽວກັນນີ້ຫຼືບໍ່ສຳລັບກໍລະນີທີ່ມີຢູ່ໃນມື.

ການຕັດສິນໃຈຂອງຫ້ອງການເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ຫຼື ໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ທີ່ມີອຳນາດອື່ນໆ ໃນກໍລະນີກ່ອນໜ້ານີ້ນັ້ນ, ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ກໍ່ຈະ*ບໍ່ມີຜົນບັງຄັບ*ຕໍ່ນັກກວດສອບຫຼື ຫ້ອງການໃນການຕັດສິນໃນກໍລະນີຕໍ່ໄປ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ດ້ວຍເຫດຜົນດ້ານຄວາມປອດ ໄພທາງກົດໝາຍ ແລະ ຄວາມສາມາດໃນການຄາດເດົາການຕັດສິນໃຈ, ຫ້ອງການຄວນມີ ຄວາມສອດຄ່ອງ ແລະ ຄວາມຖືກຕ້ອງ, ແລະຂໍ້ເທັດຈິງທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ເກີດວິທີ ການແກ້ໄຂໃນແບບດຽວກັນ, ຖ້າຫາກເປັນໄປໄດ້. ໃນການປະຕິບັດການຕັດສິນໃຈຂອງ ຫ້ອງການ, ຫ້ອງການນັ້ນກໍ່ຄວນຍຶດໝັ້ນໃນຫຼັກການຂອງການປະຕິບັດແລະການບໍລິຫານຢ່າງ ເທົ່າທຽມກັນ.

ດັ່ງນັ້ນ, ນັກກວດສອບຄວນປະເມີນຄວາມກ່ຽວຂ້ອງຂອງຂໍ້ເທັດຈິງຂອງກໍລະນີ ກ່ອນໜ້ານີ້ ແລະ ການວິເຄາະ ແລະ ເຫດຜົນທາງດ້ານກົດໝາຍຂອງການຕັດສິນກ່ອນໜ້ານີ້. ຖ້າຫາກວ່າ ຂໍ້ເທັດຈິງແລະເຫດຜົນຂອງກໍລະນີທີ່ມີມາກ່ອນຫນ້ານີ້ ສາມາດໃຊ້ໄດ້ກັບກໍລະນີ ທີ່ກຳລັງພິຈາລະນາ, ການຕັດສິນໃຈກ່ອນໜ້ານີ້ ກໍ່ຄວນນຳມາພິຈາລະນາແລະການຕັດສິນໃຈ

[31] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 10; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 20; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 9.

ຂອງນັກກວດສອບ ກໍ່ຄວນໃຫ້ມັນສອດຄ່ອງກັບການຕັດສິນທີ່ໄດ້ດຳເນີນໄປກ່ອນໜ້ານີ້ກ່ຽວກັບກໍລະນີທີ່ຄ້າຍຄືກັນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ນັກກວດສອບຄວນຈຳແນກກໍລະນີກ່ອນໜ້ານີ້ໃຫ້ອອກໄປຈາກກໍລະນີທີ່ບໍ່ສາມາດພິສູດຄວາມຈິງແລະສະພາບການໄດ້. ການສະຫລຸບຂອງນັກກວດສອບນັ້ນກໍ່ຄວນອີງໃສ່ຂໍ້ເທັດຈິງແລະສະພາບການຂອງກໍລະນີທີ່ກຳລັງກວດກາຢູ່, ເຖິງແມ່ນວ່າ ສິ່ງນີ້ຈະນຳໄປສູ່ການຕັດສິນໃຈ ທີ່ແຕກຕ່າງໄປຈາກການຕັດສິນໃຈໃນເມື່ອກ່ອນ, ທີ່ກ່ຽວກັບກໍລະນີທີ່ຄ້າຍຄືກັນກ່ອນໜ້ານີ້. ນັກກວດສອບຄວນໃຊ້ຄວາມລະມັດລະວັງ ກໍ່ເພາະວ່າ ເອກະລັກຕົວຕົນຂອງເຄື່ອງໝາຍແລະສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໃນສອງກໍລະນີທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນຊ່ວງເວລາທີ່ແຕກຕ່າງກັນນັ້ນ, ອາດຈະປົດບັງສະພາບຄວາມເປັນຈິງແລະກົດໝາຍທີ່ມີຄວາມສຳຄັນໃນແຕ່ລະກໍລະນີ.

<u>2.2.6 ການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກກ່ຽວກັບການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ</u>

2.2.6.1 ຄວາມຈຳເປັນສຳລັບການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກ

ຈຸດປະສົງສູງສຸດຂອງການກວດສອບກ່ຽວກັບປັດໃຈຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນການພິຈາລະນາວ່າມີໂອກາດຫຼືບໍ່ ທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນໃນການຄ້າ ຖ້າຫາກສັນຍາລັກທັງສອງໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ຢູ່ຮ່ວມກັນໃນຕະຫຼາດໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ. ສິ່ງນີ້ໄດ້ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການພິຈາລະນາ *<u>ທຸກໆສະຖານະການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງຫມົດ</u>* ໃນ**ການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກ.**[32]

ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ສັນຍາລັກທັງສອງອາດຈະມີລັກສະນະທີ່ເບິ່ງເຫັນໄດ້, ທີ່ອອກສຽງໄດ້ ຫຼື ທີ່ມີລັກສະນະຂອງອົງປະກອບລວມທີ່ຄ້າຍຄືກັນ, ຫຼືວ່າສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງນັ້ນຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ, ຈະບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງເປັນຕົວກຳນົດ ການທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ. ປັດໃຈອື່ນໆ, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງແລ້ວ, ລັກສະນະສະເພາະແລະຊື່ສຽງຂອງສັນຍາລັກທີ່ມີມາກ່ອນໜ້ານີ້ຈະມີບົດບາດສຳຄັນ.

ໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັ້ນ ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອຫຼັງຈາກໄດ້ມີການ

[32] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊີ, ຫມວດ 2, ບົດ 7.

ກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກໄດ້ ໂດຍພິຈາລະນາຈາກທຸກໆປັດໃຈແລະສະພາບການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໃນແຕ່ລະກໍລະນີສະເພາະໃດໜຶ່ງ ດັ່ງທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງ, ປັດໃຈເຫຼົ່ານັ້ນລວມມີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ່ງກັນ,
- ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ,
- ສາທາລະນະຊົນແລະຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ,
- ປັດໃຈອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ໂດຍຄຳນຶງວ່າ ແນວທາງການວິເຄາະທົ່ວໂລກນັ້ນ ມັນບໍ່ໄດ້ຍົກເວັ້ນການວິເຄາະໃນແຕ່ລະບາດກ້າວຂອງແຕ່ລະປັດໃຈເຫຼົ່ານັ້ນ. ພາຍໃຕ້ວິທີການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກນັ້ນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມານຳຫລັງ ກໍ່ບໍ່ຄວນຖືກປະຕິເສດຜົນການຈົດທະບຽນ ເພາະວ່າມັນມີຄວາມຈິງທີ່ຄ້າຍຄືກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາກ່ອນໜ້ານີ້, ຫຼືພຽງແຕ່ຍ້ອນວ່າ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແມ່ນຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ. ແຕ່ເຫດຜົນຂອງການປະຕິເສດຄວນເປັນໄປໄດ້, ຖ້າວ່າພາຍຫຼັງ, ຫາກມີການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ກຳລັງເປັນທີ່ຍັງເປັນບັນຫາຢູ່ນັ້ນ ເຂົ້າໃນການຄ້າໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ມີ*ຄວາມເປັນໄປໄດ້*ທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຈະສັບສົນແຫຼ່ງທີ່ມາທາງການຄ້າຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ດັ່ງນັ້ນ, ການຈົດທະບຽນກໍ່ຄວນຖືກປະຕິເສດເພື່ອປ້ອງກັນບໍ່ໃຫ້ມີສະຖານະການທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນໃນຕະຫຼາດ.

2.2.6.2 ຫຼັກການຂອງການເພິ່ງພາອາໄສກັນຂອງປັດໃຈຕ່າງໆ

ບັນດາປັດໃຈທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນເຊິ່ງອາດຈະສະແດງ ຫຼື ຊີ້ບອກໃຫ້ເຫັນເຖິງໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ ແມ່ນມີ*ການເຊື່ອມໂຍງກັນ*ແລະ*ການເພິ່ງພາອາໄສ*ກັນແລະກັນ. ຫຼັກການຂອງການເພິ່ງພາອາໄສກັນນັ້ນ, ກໍ່ຄວາມໝາຍ ວ່າປັດໄຈທັງໝົດຈຳເປັນຕ້ອງມີການຊັ່ງຊານ້ຳໜັກ ແລະບາງປັດໄຈທີ່ມີອິດທິພົນຫຼາຍຂຶ້ນໃນການຊອກຫາໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ, ໂດຍສະເພາະເປັນຢ່າງຍິ່ງກໍ່ແມ່ນຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລະຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສັນຍາລັກທີ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງກັນ.

ການເພິ່ງພາອາໄສເຊິ່ງກັນແລະກັນນັ້ນ ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ, ໃນການກະກຽມການວິເຄາະໃນລະດັບໂລກ, ຜົນກະທົບທີ່ຕ່ຳກວ່າຂອງປັດໃຈໃດໜຶ່ງ ອາດຈະສ້າງຄວາມສົມດຸນໃຫ້ແກ່ຜົນກະທົບທີ່ສູງຂຶ້ນ ຂອງປັດໃຈອື່ນໆທີ່ຢ່າງຫນ້ອຍ ໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍປັດໃຈ. ກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້, ສານຍຸຕິທຳເອີຣົບໄດ້ກຳນົດດັ່ງນີ້:

*"19 **ການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກ**ນັ້ນ ແມ່ນໝາຍສະແດງເຖິງ**ການເພິ່ງພາອາໄສກັນ** ລະຫວ່າງປັດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ,ແລະໂດຍສະເພາະເປັນຢ່າງຍິ່ງ ແມ່ນຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະລະຫວ່າງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ. ເພາະສະນັ້ນ, ລະດັບຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ຫນ້ອຍກວ່າ ລະຫວ່າງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນອາດ ຈະຖືກຊົດເຊີຍດ້ວຍລະດັບຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍ, ແລະ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມກັນ. ການເພິ່ງພາອາໄສຊຶ່ງກັນແລະກັນຂອງປັດໃຈເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ຖືກ ກ່າວເຖິງຢ່າງຈະແຈ້ງໃນຄຳບັນຍາຍທີ 10 ໃນຄຳນຳຂອງຄຳສັ່ງ [ຄຳສັ່ງສະພາສະບັບທີ* 89/104 / EEC *ຂອງວັນທີ* 21 *ທັນວາ* 1988 *ເພື່ອປະຕິບັດກົດໝາຍຂອງປະເທດ ສະມາຊິກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ (*OJ 1989 L 40, p . 1)], *ເຊິ່ງໄດ້ ລະບຸວ່າ ມັນເປັນສິ່ງທີ່ຂາດບໍ່ໄດ້ໃນການຕີຄວາມໝາຍໃນເລື່ອງແນວຄວາມຄິດຂອງ ຄວາມຄ້າຍຄືກັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ການກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ, ການໃຫ້ຄວາມສຳ ຄັນເຊິ່ງໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ມັນຂຶ້ນກັບການຮັບຮູ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃນຕະຫຼາດ ແລະລະດັບຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍ ແລະ ສັນຍາລັກ ແລະລະຫວ່າງ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້."*[33]

ສຳລັບການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກຄັ້ງສຸດທ້າຍກ່ຽວກັບໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມ ສັບສົນ, ນັກກວດສອບ **ຄວນລວບລວມຂໍ້ສະຫລຸບ** ທີ່ໄດ້ມາ ເຊິ່ງກ່ຽວກັບແຕ່ລະປັດໃຈທີ່ໄດ້ ຖືກວິເຄາະ. ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ນັກກວດສອບຈະຕ້ອງ:

- ປະເມີນລະດັບຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສິນຄ້າແລະການບໍລິການແລະປັດໃຈໃນ ລະດັບຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນ;

- ພິຈາລະນາວ່າສັນຍາລັກທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງມີອົງປະກອບທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ, ແລະ ຊັ່ງຊານ້ຳໜັກລະດັບຂອງຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງສັນຍາລັກແລະອົງປະກອບຂອງ ແຕ່ລະສັນຍາລັກທີ່ຮັກສາຄວາມຄ້າຍຄືກັນດັ່ງກ່າວ (ອົງປະກອບເຫຼົ່ານັ້ນມີລັກສະນະ ສະເພາະ, ຫຼືມີຈຸດດ້ອຍ ຫຼື ໄດ້ແຕ່ລອກຮຽນແບບເທົ່ານັ້ນ?); ແລະ

- ພິຈາລະນາເຖິງລະດັບລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ກ່າວມາກ່ອນໜ້ານີ້

[33] ເບິ່ງວັກ19 ຂອງ ຄຳຕັດສິນຂອງວັນທີ 22 ມິຖຸນາ 1999 ໃນກໍລະນີ C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer ກັບ Klijsen Handel, ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍ LLOYD ແລະ LOINT ຂອງພວກເຂົາເພື່ອຈຳແນກເກີບ.

ໂດຍລວມ (ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ມີຈຸດດ້ອຍ, ມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນດ້ວຍຕົວມັນເອງ, ຫຼື ມີຊື່ສຽງເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີຫຼືບໍ?).

ນັກກວດສອບຈະຕ້ອງໃຫ້ໄດ້ການສະຫລຸບໂດຍອີງໃສ່ການປະເມີນສ່ວນຕົວຂອງ ລາວເອງຂອງທຸກໆປັດໃຈທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ. ແຕ່ລະກໍລະນີ ຈະມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ ແລະ ບໍ່ຄ່ອຍຈະມີກໍລະນີໃດທີ່ຊັດເຈນຫລາຍ ຈົນສາມາດຖືກຍົກເລີກໂດຍບໍ່ມີການວິເຄາະ ປັດໃຈທັງຫມົດຢ່າງເຕັມສ່ວນແລະຄົບຖ້ວນ.

3. ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງ

3.1 ຂໍ້ພິຈາລະນາທົ່ວໄປ

ການມີຢູ່ຂອງເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ໄດ້ຮັບການເສີມຂະຫຍາຍລັກສະນະສະເພາະຫຼືຊື່ສຽງ ອາດຈະເປັນເຫດຜົນສຳລັບການປະຕິເສດການຂໍຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍໃນພາຍຫລັງ ຖ້າການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຕໍ່ມາໃນພາຍຫລັງນັ້ນ ມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນໃນຕະຫຼາດ ໂດຍການພິສູດທາງການຄ້າຂອງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຍັງເປັນບັນຫາ.

ສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ເພີ່ມເສີມລັກສະນະສະເພາະຫຼືຊື່ສຽງກໍ່ຍັງໄດ້ກ່າວເຖິງໃນຫຼັກເກນເຫຼົ່ານີ້ວ່າ ເປັນ “ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງ” ໂດຍປົກກະຕິ ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຈະເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ແຕ່ມັນກໍ່ອາດຈະປະກອບໄປດ້ວຍຊື່ທາງການຄ້າ, ຖິ່ນກຳເນີດຫຼືບົ່ງຊີ້ທຸລະກິດອື່ນໆ.

ສົນທິສັນຍາປາຣິແລະຂໍ້ຕົກລົງທຣິບປ໌ (TRIPS) ໄດ້ກຳນົດພັນທະສາກົນໃນການປົກປ້ອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ. ການປົກປ້ອງນັ້ນແມ່ນຖືວ່າຢູ່ໃນລະດັບຂັ້ນຕ່ຳສຸດ. ກົດໝາຍຂອງປະເທດ ອາດຈະໃຫ້ການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງໃນລະດັບທີ່ສູງກວ່າລະດັບຕ່ຳສຸດທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ. ເຖິງແມ່ນວ່າ ມັນບໍ່ມີການອ້າງອິງທີ່ຈະແຈ້ງເຖິງເຄື່ອງໝາຍ ອື່ນໆທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີ, ເຊັ່ນວ່າ ຊື່ທາງການຄ້າຫຼືຖິ່ນກຳເນີດ, ແຕ່ຫຼັກການດຽວກັນນີ້ກໍ່ສາມາດນຳໄປໃຊ້ກັບສິ່ງທີ່ມານຳຫລັງ.

ການປົກປ້ອງຂັ້ນຕ່ຳສຸດຂອງສາກົນໝາຍເຖິງທັງການນຳໃຊ້ວຽກທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ແລະການຂຶ້ນທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ. ຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງ **ສົນທິສັນຍາປາຣິ** ມີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ມາດຕາ *6 bis*

(1) *ບັນດາປະເທດຕ່າງໆໃນສະຫະພັນດຳເນີນການ, ໂດຍໜ້າທີ່ ຖ້າຫາກວ່າກົດໝາຍຂອງພວກເຂົາໄດ້ອະນຸຍາດ, ຫຼືຕາມການຮ້ອງຂໍຂອງຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສັຍ, ທີ່ຈະປະຕິເສດຫຼືຍົກເລີກການຈົດທະບຽນ, ແລະຫ້າມນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຖືວ່າ ເປັນເຮັດຊ້ຳຄືນ, ການລອກລຽນແບບ ຫຼື ການແປ, ມີໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ ຫຼື*

ຫນ່ວຍງານທີ່ມີອຳນາດຂອງປະເທດທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ ຫຼື ນຳໃຊ້ທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີໃນປະເທດນັ້ນ ວ່າເປັນເຄື່ອງໝາຍຂອງບຸກຄົນທີ່ມີສິດທິໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຂອງສົນທິສັນຍາສະບັບນີ້ ແລະໄດ້ນຳໃຊ້ຢູ່ແລ້ວສຳລັບສິນຄ້າທີ່ຄ້າຍຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ. ຂໍ້ກຳນົດທາງກົດໝາຍເຫຼົ່ານີ້ຕ້ອງນຳໄປໃຊ້ ໃນເວລາເມື່ອສ່ວນສຳຄັນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ໄດ້ຖືກຜະລິດຊ້ຳຄືນຫຼືການລຽນແບບ ເຊິ່ງຈະສ້າງຄວາມສັບສົນ.

(2) *ໄລຍະເວລາຢ່າງໜ້ອຍຫ້າປີນັບຕັ້ງແຕ່ວັນຈົດທະບຽນຈະໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ຮ້ອງຂໍການຍົກເລີກເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ. ບັນດາປະເທດທີ່ຢູ່ໃນສະຫະພາບອາດຈະຈັດໃຫ້ມີໄລຍະ ໜຶ່ງ ທີ່ຕ້ອງມີການຮ້ອງຂໍເພື່ອຫ້າມນຳໄປໃຊ້.*

(3) *ບໍ່ມີການກຳນົດໄລຍະເວລາໃນການຂໍຍົກເລີກ ຫຼື ຫ້າມການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນ ຫຼື ນຳໃຊ້ໃນທາງທີ່ບໍ່ດີຫຼືບໍ່ສັດຊື່.*

ກຳນົດຂອງ **ຂໍ້ຕົກລົງ TRIPS** ທີ່ໄດ້ເພີ່ມເຕີມມາດຕາ 6ter ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີແມ່ນມີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ມາດຕາ 16

ສິດທີ່ໄດ້ຮັບ

1. *[…]*
2. *ມາດຕາ 6 bis ຂໍ້ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີ (1967) ຈະນຳມາໃຊ້ເຊັ່ນດຽວກັນກັບການບໍລິການ ໃນການພິຈາລະນາວ່າ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າເປັນທີ່ຮູ້ຈັກດີຫຼືບໍ່, ສະມາຊິກຈະຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ໃນພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງປະຊາຊົນ ຜູ້ຄົນ,ລວມທັງຄວາມຮູ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເຊິ່ງໄດ້ຮັບຈາກຜົນຂອງການສົ່ງເສີມເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.*
3. *ມາດຕາ 6 bis ຂໍ້ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີ (1967) ຈະນຳມາໃຊ້ເຊັ່ນດຽວກັນກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ ທີ່ບໍ່ຄ້າຍຄືກັນກັບເຄື່ອງການໝາຍການຄ້າທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ, ໂດຍທີ່ມີເງື່ອນໄຂວ່າ ການນຳ ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຕິດພັນກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການນັ້ນ ຈະສະແດງເຖິງການເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນກັບເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນແລະຖ້າຫາກຜົນປະໂຫຍດຂອງເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ມີການ*ຈົດ*ທະບຽນນັ້ນ ມີ*ໂອກາດທີ່ຈະໄດ້ຮັບຄວາມເສັຍຫາຍ*ຈາກ*ການນຳ*ໄປ*ໃຊ້ດັ່ງ*ກ່າ*ວ.

ມາດຕະຖານສາກົນເຫຼົ່ານີ້ ໄດ້ຖືກນຳໄປປະຕິບັດນຳໃຊ້ໂດຍບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນແລະກໍ່ໄດ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນໃນກົດໝາຍກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແລະ ໃນຂໍ້ກຳນົດທາງດ້ານການບໍລິຫານຄຸ້ມຄອງ[34]

3.2 ພັນທະໃນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ

ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຕາມຂໍ້ກຳນົດສາກົນທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ໄດ້ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ນັກກວດສອບປະຕິເສດຄຳຮ້ອງທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍ, ຫຼື ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນແບບສັບສົນກັບ ສັນຍາລັກ ຫຼື ສັນຍາລັກອື່ນໆທີ່ມີຊື່ສຽງໃນປະເທດ ຈະຖືກປະຕິເສດ.

ພາຍໃຕ້ຂໍ້ກຳນົດເຫຼົ່ານັ້ນແລະຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນກົດໝາຍຂອງປະເທດ, ການຕັດສິນໃຈທີ່ຈະປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ການຂັດແຍ້ງນັ້ນ ກໍ່ຄວນດຳເນີນການປະຕິບັດຢ່າງໜ້ອຍທີ່ສຸດ ເມື່ອເກີດມີເງື່ອນໄຂດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

(i) ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງ ປະກອບມີ, ຫຼື ຄ້າຍຄືກັນຢ່າງສັບສົນ ກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີ ຫຼື ມີຊື່ສຽງ;

(ii) ສ່ວນທີ່ສຳຄັນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ ແມ່ນເປັນການຜະລິດຊ້ຳຄືນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ;

(iii) ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງ ຖືເປັນການລຽນແບບ ທີ່ພາໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນກັບສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງ;

<u>ແລະ</u>

[34] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນກົດໝາຍຂອງ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(3), 9(1)(ບີ) ແລະ 54; ເຄເຣັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4(ອີ) ແລະ (ເອັຟ), 25 ແລະ 26, ຄູ່ມື ທີເອັມ ຫນ້າ 48 ຫາ 53; ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 21(1).ບີ) ແລະ ຊີ), ແລະ ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ IV. ບີ.2.1).ບີ; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 3.13, 16 ວັກທີ 1 ຂໍ້ 2 ແລະ 3, ແລະ ວັກທີ 2, 23.10 ແລະ 23.12, ການຕັດສິນໃຈ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 38; ເອັມອາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ.14(1)(ດີ) ແລະ (ອີ) ແລະ 14(2), 70ບີ, ທີເອັມອາຣ໌ ອາຣ. 13ເອ ແລະ 13ບີ; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 2.p), 14.ເອັຟ); ພີເຣັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.1.ອີ ແລະ ເອັຜ, ລະບຽບການ ອາຣ. 102.ອີ) ແລະ ເອັຟ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ XI, ຫນ້າ 119 ຫາ 121; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) 'ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີ', 8(4), (5) ແລະ (6), ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 7 'ເຫດຜົນທີ່ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງສຳລັບການປະຕິເສດຮັບຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ' ຫນ້າ. 13 ແລະ 37; ທີເຣັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ.8(10); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4.20, 74.2.ໄອ) ແລະ 75, ດຳລັດເລກທີ 103/2006 ເອອາຣ໌ທີ. 6.2, ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 42.

a) ເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ຂັດແຍ້ງກັນແມ່ນຈະຖືກນຳໃຊ້ກັບ, ຫຼື ຕິດພັນກັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ ທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ ຫຼື

b) ເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ຂັດແຍ້ງກັນແມ່ນຈະຖືກນຳໃຊ້ກັບກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ບໍ່ຄືກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງທີ່ໄດ້ຖືກຈົດທະບຽນຫຼືໄດ້ນຳໃຊ້, ແຕ່ຖ້າຫາກວ່າການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຄວາມຂັດແຍ້ງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການນັ້ນຈະສາມາດບົ່ງບອກເຖິງ *ການເຊື່ອມຕໍ່* ລະຫວ່າງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນແລະເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ແລະຖ້າຫາກວ່າ ຜົນປະໂຫຍດຂອງເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງທີ່ຖືກຈົດທະບຽນນັ້ນ ມີໂອກາດທີ່ຈະໄດ້ຮັບຄວາມເສັຍຫາຍຈາກການນຳໄປໃຊ້ດັ່ງກ່າວ.

ສ່ວນທີ່ສຳຄັນຂອງການກວດສອບເພື່ອການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນບົນພື້ນຖານຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງກ່ອນຫນ້ານີ້ຈະຖືກປະຕິບັດໂດຍການນຳໃຊ້ມາດຖານຫຼັກເກນດຽວກັນທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ທີ່ກ່ຽວກັບການລະບຸຄວາມເປັນເອກະລັກ ຫຼື ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ ແລະ ເອກະລັກ ຫຼື ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງເຄື່ອງໝາຍ.

ໃນກໍລະນີທີ່ມີການຄັດຄ້ານ ທີ່ອີງໃສ່ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງເຊິ່ງໝາຍເຖິງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ບໍ່ຄືກັນຫຼືບໍ່ຄ້າຍ<u>ຄືກັນກັບ</u>ເຄື່ອງໝາຍພາຍຫຼັງ, ການກວດສອບຍັງຈະຕ້ອງໄດ້ປະຕິບັດຕໍ່ບັນຫາດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ແລະຫຼັກຖານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງນຳອີກເຊັ່ນກັນ:

- ຂອບເຂດທີ່ສັນຍາລັກເປັນທີ່*ຮູ້ຈັກກັນດີ,*
- ຂອບເຂດທີ່ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ຈະສະແດງເຖິງການ*ເຊື່ອມຕໍ່ກັບເຈົ້າຂອງສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງ*, ແລະ
- ຂອບເຂດທີ່ການເຊື່ອມຕໍ່ດັ່ງກ່າວ*ຈະ*ທຳລາຍ*ຜົນປະໂຫຍດ*ຂອງເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ.

*ການເຊື່ອມຕໍ່*ລະຫວ່າງການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນກ່ຽວກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງກັນແລະເຈົ້າຂອງສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງກ່ອນໜ້ານີ້ ຈະຂຶ້ນກັບບັນດາປັດໃຈອື່ນໆ ທີ່ກ່ຽວກັບລະດັບຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍ ກ່ອນໜ້ານີ້ ແລະເຄື່ອງໝາຍທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນລະຫວ່າງ ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ລັກສະນະສະເພາະຂອງສັນຍາລັກກ່ອນໜ້ານີ້ແລະຄວາມເຂັ້ມແຂງແລະຂອບເຂດຂອງຊື່ສຽງ

ຂອງເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້. ຄຳຖາມເຫຼົ່ານີ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການເຊື່ອມຕໍ່ທີ່ຈຳເປັນຈະໄດ້ຮັບການຈັດການພາຍໃຕ້ຂໍ້ *2.2,* ຂ້າງເທິງ.

ໃນພາກຕໍ່ໄປນີ້ກ່ຽວຂ້ອງກັບຄຳຖາມທີ່ກ່ຽວກັບຂອບເຂດທີ່*ຮູ້ຈັກກັນດີ*ໃນເຄື່ອງໝາຍກ່ອນຫນ້ານີ້ ຫຼືເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆ ແລະຂອບເຂດທີ່ຜົນປະໂຫຍດຂອງເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງອາດຈະໄດ້ຮັບຄວາມ*ເສຍຫາຍ*ຈາກການເຊື່ອມຕໍ່ກັບເຄື່ອງໝາຍຂັດແຍ້ງກັນ.

3.3 ການກຳນົດວ່າເຄື່ອງໝາຍມີຊື່ສຽງຫຼືບໍ່

<u>3.3.1 ຂໍ້ເທັດຈິງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ</u>

ຜູ້ຄັດຄ້ານທີ່ຮຽກຮ້ອງການປົກປ້ອງ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກດີ ຫຼື ມີຊື່ສຽງຈະຕ້ອງໄດ້ສົ່ງຫຼັກຖານເພື່ອສະໜັບສະໜູນຂໍ້ກ່າວຫາດັ່ງກ່າວ. ນັກກວດສອບຕ້ອງກວດກາຫຼັກຖານທີ່ໄດ້ຖືກສົ່ງ, ເຊິ່ງຄວນເຮັດໃຫ້ຈະແຈ້ງແລະເຊື່ອຖືໄດ້. ນັກກວດສອບບໍ່ຈຳເປັນຈະຕ້ອງເຮັດການຄົ້ນຄວ້າແບບເປັນທາງການກ່ຽວກັບຂໍ້ເທັດຈິງຂອງກໍລະນີນັ້ນ, ແຕ່ອາດຈະນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃດໜຶ່ງ ທີ່ເປັນຄວາມຮູ້ຂອງປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທົ່ວໄປ.

ຝ່າຍກົງກັນຂ້າມຈະຕ້ອງພິສູດວ່າ ເຄື່ອງໝາຍຂອງລາວເປັນທີ່ຮູ້ຈັກດີຫຼືມີລັກສະນະໂດດເດັ່ນຫຼືຊື່ສຽງ. ຫຼັກຖານຕ້ອງໄດ້ຮັບການກວດກາໂດຍລວມ, ໂດຍມີການຊັ່ງຊານ້ຳໜັກ, ລະດັບຄ່າຂອງຄວາມເປັນໄປໄດ້ຂອງບັນດາອົງປະກອບທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ຫຼັກຖານດັ່ງກ່າວອາດຈະສຸມໄປໃສ່ຂໍ້ເທັດຈິງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ຢ່າງຫນ້ອຍໜຶ່ງຫຼືຫຼາຍຂໍ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຂອບເຂດທີ່ສັນຍາລັກໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ໂດຍສາທາລະນະຊົນ:[35]

- ລະດັບຄວາມຮູ້ຫຼືການຮັບຮູ້ຂອງສັນຍາລັກໃນພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງປະຊາຊົນໃນປະເທດ, ທີ່ເປັນຜົນມາຈາກການນຳໃຊ້ໃນການຄ້າຫຼືການສົ່ງເສີມການຂາຍແລະ

[35] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ຄູ່ມື ເຄເຣັຊ ທີເອັມ ຫນ້າ 48 ຫາ 53; ຄູ່ມື ໄອດີ ທີເອັມ ບົດ IV.B.2.1) ບີ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 16 ວັກທີ່ 2, ການຕັດສິນ 753 ເອອາຣ์ທີ. 38; ເອັມວາຍ ທີເອັມອາຣ์ ອາຣ์. 13ບີ; ເອັມເອັມ; ພີເຣັຊ ລະບຽບການ ອາຣ์. 103, ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ XI, ຫນ້າ 119 to 121; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ์ທີ. 75, ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 42.3. ເຊັ່ນດຽວກັນ ກໍ່ໃຫ້ເບິ່ງ ຄຳແນະນຳຮ່ວມທີ່ກ່ຽວກັບບົດບັນຍັດກ່ຽວກັບການປົກປ້ອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີ ທີ່ໄດ້ຖືກຮັບຮອງເອົາໂດຍກອງປະຊຸມໃຫຍ່ຂອງສະຫະພັນປາຣີ ສຳລັບການປົກປ້ອງຊັບສິນອຸດສາຫະກຳ ແລະກອງປະຊຸມໃຫຍ່ຂອງອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ, ປີ 1999 (ເຊິ່ງຕໍ່ມາ ໄດ້ເອີ້ນວ່າ "ຂໍ້ສະເໜີແນະຮ່ວມຂອງອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ"); ເບິ່ງ https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=346.

ການໂຄສະນາ;

- ໄລຍະເວລາ, ຂອບເຂດແລະພື້ນທີ່ທາງພູມສາດຂອງການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ໃນທາງການຄ້າ, ໃນປະເທດຫຼືປະເທດອື່ນໆ;

- ໄລຍະເວລາ, ຂອບເຂດແລະພື້ນທີ່ທາງພູມສາດຂອງການໂຄສະນາເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ລວມທັງການໂຄສະນາຫຼືໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ແລະການນຳສະເໜີ, ຢູ່ໃນງານວາງສະແດງຫຼືງານວາງສະແດງສິນຄ້າ ແລະ / ຫຼື ການບໍລິການທີ່ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້;

- ໄລຍະເວລາແລະພື້ນທີ່ທາງພູມສາດຂອງການຈົດທະບຽນແລະການຍື່ນຄຳຮ້ອງເພື່ອຈົດທະບຽນໃດໆສຳລັບເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີຊື່ສຽງ;

- ບັນທຶກການບັງຄັບໃຊ້ສິດທີ່ປະສົບຜົນສຳເລັດໃນສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງ, ໂດຍສະເພາະ, ຂອບເຂດທີ່ສັນຍາລັກນັ້ນ ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບແລະເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຂອງເຈົ້າໜ້າທີ່ທີ່ມີອຳນາດ

- ມູນຄ່າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ.

ປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນເງື່ອນໄຂສະສົມຫຼືເປັນເອກະສິດສະເພາະເພື່ອກຳນົດວ່າສັນຍາລັກມີຊື່ສຽງຫຼືບໍ່. ການກຳ ນົດໃນແຕ່ລະກໍລະນີຈະຂຶ້ນກັບສະພາບການສະເພາະ. ໃນບາງກໍລະນີ, ທຸກໆປັດໃຈອາດຈະກ່ຽວຂ້ອງ, ແລະການຕັດສິນໃຈອາດຈະອີງໃສ່ປັດໃຈຕ່າງໆເພີ່ມເຕີມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບກໍລະນີນີ້.[36]

3.3.2 ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ

ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ຈະເປັນປັດໃຈໜຶ່ງທີ່ຕ້ອງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງໃນເວລາທີ່ທຳການກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງການຍື່ນຄຳຮ້ອງເພື່ອຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ, ໃນຂອບເຂດທີ່ກົດໝາຍໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃຫ້ຈະແຈ້ງວ່າ ມີເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ຊື່ສັດ ເປັນສາຍເຫດໃນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ,

[36] ເບິ່ງບົດແນະນຳຮ່ວມຂອງ ອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ, ຂໍ້ 2(1)(ຊ). ໃນເລື່ອງນີ້, ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ພາກ ຊ, ຫມວດ 5, ຂໍ້ 3.1.3 – ການປະເມີນຄວາມມີຊື່ສຽງ - ປັດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ຫຼື ພາຍໃຕ້ສາເຫດອື່ນທີ່ມີລັກສະນະກວມລວມ ໃນການລະເມີດຄຳສັ່ງຂອງລັດ.

ໃນການກຳນົດ ວ່າສັນຍາລັກນັ້ນແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີ, ຜູ້ຄັດຄ້ານອາດຈະສົ່ງຫຼັກຖານວ່າ ການຍື່ນຄຳຮ້ອງເພື່ອຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີລັກສະນະຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນຢ່າງສັບສົນທີ່ຄືກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງຂອງລາວໄດ້ຖືກຍື່ນດ້ວຍ*ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ.*

ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ທີ່ເປັນໄປໄດ້ໂດຍຜູ້ຮ້ອງຂໍນັ້ນ ແມ່ນປັດໃຈໜຶ່ງທີ່ນັກກວດສອບຄວນພິຈາລະນາເມື່ອວິເຄາະຜົນປະໂຫຍດທີ່ຂັດແຍ້ງກັບຝ່າຍກົງກັນຂ້າມໂດຍອີງໃສ່ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງມາກ່ອນ. ສຳລັບເລື່ອງດັ່ງກ່າວນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ 3.5.4 ແລະ**ບົດທີ 10**, ຂ້າງລຸ່ມນີ້.[37]

ຍົກຕົວຢ່າງ, ໃນປະເທດອິນโดเนเซຍເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ (ຢູ່ເບື້ອງຊ້າຍ) ໄດ້ຖືກປະຕິເສດໄປດ້ວຍເຫດຜົນຍ້ອນວ່າຜູ້ຮ້ອງຂໍໄດ້ຍື່ນການຈົດທະບຽນດ້ວຍຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ, ໂດຍໄດ້ພິຈາລະນາຈາກຄວາມຮູ້ຂອງນັກກວດສອບກ່ຽວກັບການມີຢູ່ຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງມາກ່ອນໜ້ານີ້ (ຢູ່ເບື້ອງຂວາ):

ທຽບກັບ

ໃຊ້ສຳລັບການບໍລິການຮ້ານອາຫານ

ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງເປັນຂອງ
Major League Baseball
Properties, Inc., USA

[37] ກ່ຽວກັບ ຄວາມບໍ່ຊື່ສັດ, ບົດແນະນຳຮ່ວມຂອງ ອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ, ຂໍ້ 3(2) ໄດ້ກ່າວไว้ว่า:

"(2) [ການພິຈາລະນາຄວາມບໍ່ຊື່ສັດ] ຄວາມບໍ່ຊື່ສັດ ອາດຈະຖືກພິຈາລະນາເປັນປັດໃຈໜຶ່ງ ໃນບັນດາປັດໃຈອື່ນໆໃນການປະເມີນຜົນປະໂຫຍດ ໃນດ້ານການແຂ່ງຂັນ ໃນການນຳໃຊ້ພາກທີ 2 ຂອງຂໍ້ກຳນົດເຫຼົ່ານີ້."

ເຊັ່ນດຽວກັນ, ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 6(6); ເຄເຣັຊ ທີເອັມເອັລ, ເອອາຣ์ທີ. 14.ອີ; ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ์ທີ. 21(3); ເອັລເອ ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ์ທີ. 36, ວັກ. 6, ຂໍ້ 7; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອ ເອັສ. 14.ດີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(6) ແລະ 8(5) ແລະ (6).

3.3.3 ຮູບແບບຂອງຫຼັກຖານ

ຜູ້ຄັດຄ້ານ ມີອິດສະຫຼະໃນການສົ່ງຫຼັກຖານທີ່ມີແນວโน้มທີ່ຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ເຄື່ອງໝາຍຂອງຜູ້ຄັດຄ້ານ ແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີໃນປະເທດ. ຫຼັກຖານດັ່ງກ່າວຈະແນໃສ່ ເພື່ອຊ່ວຍນັກກວດສອບວ່າຜູ້ຄັດຄ້ານຄວນໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ ເພາະວ່າສັນຍາລັກຂອງຜູ້ ຄັດຄ້ານແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີດັ່ງທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ ແລະ ອາດຈະໄດ້ຮັບຜົນກະທົບ ຖ້າຫາກ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ຖືກນຳໃຊ້ໃນການຄ້າ.

ປະເພດຂອງຫຼັກຖານທີ່ສາມາດສົ່ງໄດ້ໂດຍຜູ້ຄັດຄ້ານເພື່ອພິສູດວ່າເຄື່ອງໝາຍ ເປັນທີ່ ຮູ້ຈັກກັນດີນັ້ນ ອາດປະກອບໄປດ້ວຍ:

- ຫນັງສືຮັບຮອງ ແລະ ຄຳປະຕິຍານຈາກອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ມີອຳນາດ, ເຊັ່ນ: ສະພາ ການຄ້າ ຫຼື ສະມາຄົມຂອງຜູ້ຜະລິດ;
- ການຕັດສິນກ່ອນໜ້ານີ້ຂອງສານ ຫຼື ອົງການປົກຄອງ, ລວມທັງສຳນັກງານທີ່ ກຳລັງພິຈາລະນາກໍລະນີ;
- ການສຳຫຼວດຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ການສຳຫຼວດຕະຫຼາດ;
- ການກວດກາ ແລະ ການສອບສວນ;
- ໃບຢັ້ງຢືນ ແລະ ລາງວັນຂອງຜູ້ຊ່ຽວຊານ;
- ບົດຄວາມໃນໜັງສືພິມ ຫຼື ໃນສື່ງຕີພິມຂອງຂະແຫນງການສະເພາະໃດໜຶ່ງ;
- ສື່ໂຄສະນາແລະການສົ່ງເສີມການຂາຍ;
- ບົດລາຍງານກ່ຽວກັບລາຍຈ່າຍໃນການສົ່ງເສີມແລະໂຄສະນາເຄື່ອງໝາຍ;
- ບົດລາຍງານກ່ຽວກັບຜົນໄດ້ຮັບທາງເສດຖະກິດ, ຕົວເລກການຂາຍ;
- ຂໍ້ມູນຂອງບໍລິສັດ;
- ໃບເກັບເງິນ ແລະ ເອກະສານການຄ້າອື່ນໆ.[38]

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເພື່ອກຳນົດວ່າເຄື່ອງໝາຍ ຫຼືເຄື່ອງໝາຍອື່ນໆເປັນທີ່ຮູ້ກັນດີ, ນັກ ກວດສອບ ບໍ່ຄວນຮຽກຮ້ອງ ຫຼື ຮຽກຮ້ອງຂໍເອົາຫຼັກຖານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຂໍ້ເທັດຈິງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

[38] ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ຊ, ຫມວດ 5, ຂໍ້ 3.1.4.4.

- ມີການໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງຂອງຜູ້ຄັດຄ້ານໄດ້ໃນປະເທດທີ່ໄດ້ຂໍການປົກປ້ອງ (ຊື່ສຽງຂອງສັນຍາລັກໃນປະເທດອາດຈະໄດ້ມາໂດຍບໍ່ມີການນຳໃຊ້ຕົວຈິງຢູ່ໃນປະເທດນັ້ນ);
- ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງໄດ້ຖືກຈົດທະບຽນແລ້ວຫຼືວ່າມີການຍື່ນໃບຄຳຮ້ອງເພື່ອຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍຢູ່ໃນປະເທດໃດໜຶ່ງກໍ່ຕາມ;
- ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວນັ້ນແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີໃນປະເທດອື່ນ;
- ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວນັ້ນແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີໃນສາທາລະນະຊົນສ່ວນຫຼາຍໃນປະເທດທີ່ຕ້ອງການການປົກປ້ອງ.[39]

ຂໍ້ເທັດຈິງເຫຼົ່ານັ້ນແມ່ນເກີນກວ່າຂໍ້ກຳນົດມາດຕະຖານສຳລັບຈຸດປະສົງໃນການໃຫ້ການຍອມຮັບທາງກົດໝາຍຕໍ່ກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ແລະຈະບໍ່ກຳນົດປະເດັນທີ່ວ່າສັນຍາລັກນັ້ນແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີກັບກຸ່ມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຢູ່ໃນປະເທດຂອງນັກກວດສອບຫຼືບໍ່.

ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງ, ຄວນສັງເກດວ່າການປົກປ້ອງທີ່ເກີດມາຈາກສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນ ແມ່ນອີງໃສ່ຄວາມຈິງທີ່ວ່າສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີຫຼືມີຊື່ສຽງໃນປະເທດທີ່ມີຂໍການປົກປ້ອງ. ເພາະສະນັ້ນ, ການຈົດທະບຽນບໍ່ ຈຳເປັນຕ້ອງມີ. ວິທີການທີ່ແຕກຕ່າງກັນຈະສາມາດເອົາຊະນະຈຸດປະສົງຂອງການໃຫ້ການປົກປ້ອງ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ບົນພື້ນຖານຂອງຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ນອກຈາກນີ້ຍັງເປັນທີ່ຫນ້າສັງເກດ ອີກວ່າມາດຕາ 6bis ຂອງສົນທິສັນຍາປາຣີບໍ່ໄດ້ກ່າວເຖິງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງວ່າເປັນເງື່ອນໄຂທີ່ຈະໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງພາຍໃຕ້ຂໍ້ກຳນົດດັ່ງກ່າວ.

3.4 ການກຳນົດ "ສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ"

3.4.1 ຂອບເຂດຂອງ "ສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ"

ສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໃນກໍລະນີທີ່ມີການຄັດຄ້ານໂດຍອີງໃສ່ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງກ່ອນໜ້ານີ້ແມ່ນ ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການ ເຊິ່ງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ຫຼືຈົດທະບຽນ. ອັນນີ້ແມ່ນພາກສ່ວນຂອງຜູ້

[39] ເບິ່ງ ຄຳແນະນຳຮ່ວມຂອງອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ, ຂໍ້ 2(3)(ເອ), ທີ່ https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=346.

ບໍລິໂພກຕົວຈິງຫຼື *ຜູ້ທີ່ມີທ່າແຮງ* ທີ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໄດ້ຖືກນຳສະເໜີໃຫ້ໂດຍປົກກະຕິ, ຫຼືຜູ້ທີ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການດ້ວຍເຫດຜົນດ້ານວິຊາຊີບຫຼືການຄ້າ.

ສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງນັ້ນ ປະກອບດ້ວຍ, ແຕ່ບໍ່ຈຳກັດເຖິງ, ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- ຜູ້ບໍລິໂພກຕົວຈິງແລະຜູ້ທີ່ມີທ່າແຮງຂອງປະເພດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ;
- ບຸກຄົນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນຊ່ອງທາງການແຈກຢາຍຈຳຫນ່າຍປະເພດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ;
- ວົງຈອນທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບປະເພດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ [40]

ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍໂດຍໜຶ່ງໃນພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງ , ໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ຈະພຽງພໍທີ່ຈະພິຈາລະນາເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງຢູ່ໃນປະເທດນັ້ນ. ຕົວຢ່າງ: ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກດີໃນຫມູ່ສະມາຊິກຂອງຊຸມຊົນທຸລະກິດທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດຕິດຕໍ່ຫຼືຄ້າຂາຍໃນປະເທດດ້ວຍປະເພດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຍັງເປັນບັນຫານັ້ນ, ຄວາມຮູ້ດັ່ງກ່າວຄວນຖືວ່າພຽງພໍ. ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ໄດ້ຈາກສະມາຄົມຂອງຜູ້ຜະລິດແລະສະພາການຄ້າທ້ອງຖິ່ນຈະມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງຢ່າງຫລວງຫລາຍໃນການລະບຸແລະກຳນົດວົງຈອນທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບປະເພດສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງໄດ້ໝາຍເຖິງ.

ມາດຕະຖານສຳລັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈະຖືວ່າ 'ທີ່ມີຊື່ສຽງ' ນັ້ນແມ່ນໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ໃນລະດັບຂອງ “ຄວາມຮູ້ໂດຍສາທາລະນະຊົນ *ໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ*”. ຄວາມຮູ້ໂດຍສາທາລະນະຊົນໃນທຸກໆຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນທົ່ວປະເທດແມ່ນບໍ່ຈຳເປັນແລະກໍ່ບໍ່ຄວນຈຳເປັນ. ສະນັ້ນ, ສາທາລະນະຊົນໃນ “ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ” ບໍ່ເຄີຍທີ່ຈະໃຫ້ໝາຍຄວາມວ່າສາທາລະນະທົ່ວໄປໃນທົ່ວປະເທດຈະຕ້ອງໄປຄຸ້ນເຄີຍກັບເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ. ຄວາມຮູ້ທີ່ກວ້າງຂວາງດັ່ງກ່າວແມ່ນບໍ່ສາມາດເກີດຂຶ້ນໄດ້ໃນຫຼາຍກໍລະນີ, ແລະມີພຽງແຕ່

[40] ເບິ່ງ ຄຳແນະນຳຮ່ວມຂອງອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ, ຂໍ້ 2(2) ທີ່ https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=346.

ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງບໍ່ພໍເທົ່າໃດອັນເທົ່ານັ້ນທີ່ຈະສາມາດຕອບສະໜອງໃຫ້ໄດ້ມາດຕະຖານສູງດັ່ງກ່າວ.

3.4.2 ການພິຈາລະນານອກເໜືອຈາກສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ

ບໍ່ມີສອງ ສັນຍາລັກໃດທີ່ມີ ຊື່ສຽງ, ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ຫຼື ເຈດຕະນາທີ່ດີ ຄືກັນ. ລະດັບທີ່ເຄື່ອງໝາຍສະເພາະໃດໜຶ່ງທີ່ມີຊື່ສຽງຈະມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມແຕ່ລະປະເທດແລະອາດຈະແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມແຕ່ລະໄລຍະເວລາພາຍໃນປະເທດດຽວກັນ. ສິ່ງນີ້ຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບວ່າ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ກໍ່ແມ່ນກ່ຽວກັບຄວາມພະຍາຍາມໃນການໂຄສະນາ ແລະການສົ່ງເສີມການຂາຍຂອງຜູ້ຖືສັນຍາລັກ.

ເຈດຕະນາທີ່ດີຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນ ຄວນໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງໄວ້ ຈາກການເຮັດໃຫ້ເສື່ອມຄຸນຄ່າທີ່ບໍ່ເປັນທຳ (ການເຮັດໃຫ້ຄ່ອຍໆຈາງລົງ ຫຼື ເຮັດໃຫ້ຈືດຈາງລົງ) ແລະ ຈາກການນຳໃຊ້ໂດຍບໍ່ເສຍຄ່າທີ່ບໍ່ເປັນທຳ (ໃຫ້ໄປເບິ່ງລາຍລະອຽດໃນຂໍ້ 3.5, ຂ້າງລຸ່ມນີ້). ເມື່ອມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງໄດ້ເກີດຂຶ້ນລະຫວ່າງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ມາຂໍຈົດທະບຽນ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງກ່ອນໜ້ານີ້, ຄວາມເສຍຫາຍທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງກ່ອນໜ້ານີ້ ຕ້ອງໄດ້ຖືກປະເມີນໂດຍນັກກວດສອບ. ການປົກປ້ອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນ ຄວນໃຫ້ຖືກຕ້ອງແລະສອດຄ່ອງກັບເຈດຕະນາທີ່ດີຂອງມັນ, ເຊິ່ງອາດຈະບໍ່ຈຳກັດສະເພາະສິນຄ້າຫຼື ການບໍລິການທີ່ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກນຳໃຊ້, ຫຼືທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນການຈົດທະບຽນ (ຖ້າຫາກມີການຈົດທະບຽນໄປແລ້ວ). ນັກກວດສອບກໍ່ຄວນພິຈາລະນະນອກເໜືອຈາກສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການທີ່ສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ຫຼືໄດ້ຈົດທະບຽນໄປແລ້ວໂດຍກົງ.

ຕົວຢ່າງຂອງວິທີການນີ້ ສາມາດພົບເຫັນໄດ້ໃນກໍລະນີທີ່ເກີດຂຶ້ນລະຫວ່າງ **Y-Teq Auto Parts** ແລະ **X1R Global Holding** et al, ທີ່ໄດ້ຕັດສິນໃນປະເທດມາເລເຊຍ.[41]

ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນໂດຍ Y-Teq Auto Parts ສຳລັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການສະເພາະທີ່ລະບຸໄວ້, ໂດຍລວມທັງອາໄຫຼ່ລົດຈັກ (NCL 7),

[41] ຄຳຕັດສິນຂອງສານອຸທອນຂອງປະເທດມາເລເຊຍ (ເຂດອຳນາດສານອຸທອນ) ຄຳອຸທອນແພ່ງສະບັບເລກທີ W—02(IPCV)(A)-511 -03/201 6, ລະຫວ່າງ Y-Teq Auto Parts ແລະ X1R Global Holding et al., ລົງວັນທີ 11 ເດືອນ ມັງກອນ 2017. ການກຳນົດຫມາຍເລີ່ມຕົ້ນຄະດີສະບັບເລກທີ 24IP-40-09/2015. [ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດມາເລເຊຍ]

ເຄື່ອງອຸປະກອນເຄື່ອງສຽງ; ໝໍ້ໄຟແລະເຄື່ອງອຸປະກອນທາງວິທະຍາສາດ (NCL 9); ພາຫະນະແລະຊິ້ນສ່ວນອະໄຫລ່ສຳລັບພາຫະນະ (NCL 12); ແລະການໂຄສະນາ, ການບໍລິຫານທຸລະກິດແລະການບໍລິການການດຳເນີນວຽກງານຂອງຫ້ອງການ (NCL 35), ແລະ ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບສຳລັບເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມ, ເກີບແລະ ຫມວກ (NCL 25):

ການຈົດທະບຽນແລະການຍອມຮັບເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ຮັບການອະນຸຍາດ ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີ ການຈົດທະບຽນໄວ້ແລ້ວລ່ວງໜ້າໂດຍ X1R Global Holding ສຳລັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ ສຽງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນສຳລັບນ້ຳມັນອຸດສາຫະກຳ, ນ້ຳມັນຫລໍ່ລື່ນ, ໃສ້ເຄື່ອງກອງ ອາກາດສຳລັບລົດຈັກ, ນ້ຳມັນສຳລັບສາຍພານ, ນ້ຳມັນອຸດສາຫະກຳ, ນ້ຳມັນເຊື້ອໄຟ, ນ້ຳມັນ ຫລໍ່ລື່ນ, ເຄື່ອງສຳລັບແປງຈັກ, ນ້ຳມັນເຄື່ອງຈັກ, ນ້ຳມັນເຄື່ອງ ສຳລັບການຮັກສາເຄື່ອງຈັກ, ນ້ຳມັນຫລໍ່ລື່ນສຳລັບເຄື່ອງຈັກ, ນ້ຳມັນສຳລັບການຮັກສາເຄື່ອງຈັກ, ນ້ຳມັນສຳລັບການຮັກສາ ລະບົບການສົ່ງອັດຕະໂນມັດ, ຄູ່ມືການຮັກສາລະບົບການສົ່ງ, ການບຳບັດລະບົບນ້ຳມັນ (ທັງ ໝົດນີ້ແມ່ນຢູ່ໃນຫມວດ 4 ຂອງ NCL).

ບໍລິສັດ X1R Global Holding ໄດ້ມີການຮຽກຮ້ອງເພື່ອຂໍໃຫ້ຍົກເລີກການຈົດ ທະບຽນທີ່ໄດ້ຮັບໂດຍ Y-Teq Auto Parts. ສານອຸທອນໄດ້ພົບເຫັນວ່າ ການຂຶ້ນທະບຽນ ຕໍ່ມາໃນພາຍຫລັງນັ້ນ ມັນບໍ່ສອດຄ່ອງກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງກ່ອນໜ້ານີ້, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການ

ກຳນົດສິນຄ້າທີ່ມີລັກສະນະທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ຂໍ້ກຳນົດໃນການປົກປ້ອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ຈຳກັດຕໍ່ສິນຄ້າທີ່ລະບຸໄວ້ ຖ້າຫາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າຫຼື ການບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງກັນນັ້ນ ຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງສິນຄ້າຫຼື ບໍລິການເຫຼົ່ານັ້ນແລະຜູ້ທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີຊື່ສຽງ, ແລະຜົນປະໂຫຍດຂອງຜູ້ທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ອາດຈະມີໂອກາດທີ່ຖືກເຮັດໃຫ້ເກີດມີຄວາມເສຍຫາຍ ຍ້ອນການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວ.

3.5 ຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ຜົນປະໂຫຍດຂອງເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ

3.5.1 ປະເພດຂອງຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ

ການຄັດຄ້ານທີ່ອີງໃສ່ເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ທີ່ມີຊື່ສຽງຫຼືເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີນັ້ນ ຢ່າງໜ້ອຍກໍ່ຄວນສົ່ງຫຼັກຖານເບື້ອງຕົ້ນເພື່ອໃຫ້ຮູ້ວ່າ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີການຖົກຖຽງນັ້ນ ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມເສຍຫາຍຫຼືຄວາມລຳອຽງຕໍ່ຜູ້ທີ່ຖືເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງທີ່ມີມາກ່ອນໜ້ານີ້.

ຄວາມເສຍຫາຍຫຼືຄວາມລຳອຽງທີ່ມີຕໍ່ຜູ້ທີ່ຖືເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງກ່ອນໜ້ານີ້ອາດຈະເປັນຜົນມາຈາກ ໜຶ່ງ ຫຼືຫຼາຍຜົນກະທົບທີ່ບໍ່ຕ້ອງການ ດັ່ງລຸ່ມນີ້ ທີ່ມີແນວ�โນ້ມທີ່ຈະໄດ້ມາຈາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ:

- ❖ ຄວາມເສັຍຫາຍຕໍ່ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ຫຼືການເຮັດໃຫ້ມັນເສື່ອມຄຸນຄ່າໂດຍການເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍ*ຄ່ອຍໆໝົດລັກສະນະສະເພາະ*,
- ❖ ຄວາມເສັຍຫາຍໃຫ້ກັບຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ຫຼືການເຮັດໃຫ້ມັນເສື່ອມຄຸນຄ່າໂດຍການເຮັດໃຫ້ຄວາມເຂັ້ມແຂງຂອງເຄື່ອງໝາຍ *ຈົດຈາງລົງ*,
- ❖ ປະໂຫຍດຢ່າງ*ບໍ່ຍຸດຕິທຳ*ຈາກການນຳໃຊ້*ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ*ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ, ຫຼືເຊິ່ງເອີ້ນອີກຢ່າງໜຶ່ງວ່າເປັນການກະທຳທີ່ໄດ້ປຽບແບບບໍ່ໄດ້ອອກແຮງ ຫຼື ເປັນແບບການຝາກ*ທາງການຄ້າ.*[42]

ໃນກໍລະນີໃດໜຶ່ງຂອງການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດນັ້ນ,

[42] ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ພາກ ຊີ, ຫມວດ 5, ຂໍ້ 3.4.2 ແລະ 3.4.3.

ກໍ່ຈະເກີດມີຜົນກະທົບທີ່ບໍ່ຕ້ອງການອັນໃດອັນໜຶ່ງຫຼືມີຫລາຍກວ່ານັ້ນ ເຊິ່ງອາດຈະເກີດຂຶ້ນພ້ອມກັນໄດ້.

ຕົວຢ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງກໍລະນີທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ອາດຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ກັບຜູ້ຖືສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງ:

"STARBUCKS COFFEE" ທຽບກັບ **"STAR BACK CAFÉ"**

[ຮູບພາບທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງ
ປະເທດບຣຸໄນດາຣຸສສະລາມ]

3.5.2 ຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ

ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດນັ້ນ ມີແນວโน้มທີ່ຈະສົ່ງຜົນກະທົບທາງລົບຕໍ່ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ຜົນກະທົບທີ່ບໍ່ເພີ່ງປາດຖະຫນາດັ່ງກ່າວ ຍັງອາດຈະສາມາດອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ເປັນການເຮັດໃຫ້ເສື່ອມຄຸນຄ່າຂອງຄວາມໂດດເດັ່ນຂອງເຄື່ອງໝາຍ ດ້ວຍການເຮັດໃຫ້ເອກະລັກສະເພາະຂອງສັນຍາລັກນັ້ນ*ຄ່ອຍໆຈາງລົງ.* ເອກະລັກແລະ ຄວາມເຂັ້ມແຂງທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນຫລຸດຫນ້ອຍຖອຍລົງໄປ, "ຈາງລົງໄປ" ເຊິ່ງເປັນຜົນມາຈາກການໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງທີ່ບໍ່ມີການຄວບຄຸມ.

ການເຮັດໃຫ້ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນເສື່ອມຄຸນຄ່າລົງ ແມ່ນເປັນຜົນກະທົບທີ່ມີຕໍ່ຄວາມເຂັ້ມແຂງອັນມີລັກສະນະສະເພາະແລະຄວາມເປັນເອກະລັກສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວນັ້ນ ໄດ້ຢຸດສະງັກຄວາມອາດສາມາດໃນການກະຕຸ້ນຄວາມຄິດຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຈະໃຫ້ເກີດມີການເຊື່ອມໂຍງແບບທັນທີແລະແນ່ນອນເຂົ້າກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ.

ເນື່ອງຈາກວ່າຄວາມເປັນເອກະລັກແບບໜຶ່ງດຽວຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງໄດ້ຖືກເຮັດໃຫ້ຄ່ອຍໆຈາງລົງ ຈາກການມາຮອດແລະມີຢູ່ໃນຕະຫຼາດຂອງເຄື່ອງໝາຍອື່ນທີ່ຄືຫຼືຄ້າຍຄືກັນສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການດຽວກັນທີ່ຄືຫຼືຄ້າຍຄືກັນ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາກ່ອນໜ້ານີ້ຈຶ່ງບໍ່ໄດ້ຢູ່ໃນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ, ແລະການເຊື່ອມຕໍ່ຂອງເຄື່ອງໝາຍກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການຂອງຜູ້ຖືກໍ່ຈະເລີ່ມຈາງຫາຍໄປ.

ຜົນກະທົບນີ້ສ້າງຄວາມເສັຍຫາຍໃຫ້ແກ່ຜູ້ຖືເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງເພາະມັນໄດ້ຫຼຸດຄຸນຄ່າຂອງລັກສະນະສະເພາະແລະມູນຄ່າການຄ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຢ່າງຮຸນແຮງ. ຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ອະນຸຍາດໃຫ້ເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ໄດ້ເຊື່ອມຕໍ່ກັບຜູ້ບໍລິໂພກເຂົ້າກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນໄດ້ຫຼຸດລົງ.

ຄຸນຄ່າຂອງຄວາມໂດດເດັ່ນຂອງສັນຍາລັກທີ່ມີຊື່ສຽງໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນໂດຍການລົງທຶນຢ່າງໜັກສຳລັບຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການແລະໃນການສົ່ງເສີມແລະການໂຄສະນາທີ່ຍືນຍົງໄປຕາມການເວລາ. ຖ້າສະຖານະພາບຂອງລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຫລຸດລົງໄປ, ການລົງທຶນນັ້ນ ກໍ່ຈະສູນເສຍໄປໃນລະດັບທີ່ຫຼວງຫຼາຍເຊັ່ນກັນ.

ເມື່ອຜູ້ຄັດຄ້ານຍົກບັນຫາທີ່ສ້າງຄວາມເສັຍຫາຍຫຼືເສື່ອມຄຸນຄ່າໃຫ້ກັບລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ດ້ວຍການເຮັດໃຫ້ມັນຄ່ອຍໆຈາງລົງ, ລາວກໍ່ຕ້ອງພິສູດການກ່າວຫາດັ່ງກ່າວ. ໂດຍຕາມຫຼັກການແລ້ວ ມັນຈະເຮັດໄດ້ໂດຍການສົ່ງຫຼັກຖານເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄດ້ປ່ຽນແປງພຶດຕິກຳແລະຮູບແບບການບໍລິໂພກທີ່ໄດ້ຍ້າຍຫນີໄປຫຼືໄປຫາສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ຖືກລະບຸໂດຍເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນ ໜ້ອຍລົງ, ນັ້ນກໍ່ຍ້ອນວ່າ ຄວາມເຂັ້ມແຂງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຫຼຸດລົງ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຜູ້ຄັດຄ້ານບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງພິສູດຄວາມເສັຍຫາຍຫຼືການເສື່ອມຄຸນຄ່າທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບຄວາມໂດດເດັ່ນຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ມັນກໍ່ເປັນການພຽງພໍຢູ່ແລ້ວ ຖ້າຫາວ່າມັນມີຫຼັກຖານທີ່ໄດ້ສະແດງເຖິງຄວາມເປັນໄປໄດ້ວ່າ ການເສື່ອມຄຸນຄ່າດັ່ງກ່າວຈະເກີດຂຶ້ນ ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືງຖຽງກັນນັ້ນ ໄດ້ຖືກນຳມາໃຊ້. ນັກກວດສອບຕ້ອງໄດ້ຮັບການຍອມຮັບວ່າ ມັນມີຄວາມສ່ຽງທີ່ຮ້າຍແຮງທີ່ຄວາມເສຍຫາຍດັ່ງກ່າວອາດຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້. ຄວາມເປັນໄປໄດ້ຂອງຄວາມເສື່ອມໂຊມອາດຈະອີງໃສ່ຫຼັກການຂອງເຫດແລະຜົນທີ່ສົມເຫດສົມຜົນເຊິ່ງເປັນການວິເຄາະຜົນກະທົບທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນກັບລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍ. ສະນັ້ນ, ສິ່ງທີ່ຄວນຄຳນຶງເຖິງ ແມ່ນການປະຕິບັດແລະການດຳເນີນງານທີ່ໄດ້ກະທຳກັນຕາມປົກກະຕິຂອງຕະຫລາດສຳລັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ແລະລວມທັງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງອີກດ້ວຍ.

ສິ່ງທີ່ເອີ້ນວ່າ *ຜົນກະທົບແບບຕ່ອງໂສ້* ກໍ່ອາດຈະຖືກພິຈາລະນາເປັນເຫດຜົນຂອງການຄັດຄ້ານ. ອັນຕະລາຍຂອງການປ່ອຍໃຫ້ການເສື່ອມຄຸນຄ່າຄັ້ງທຳອິດທີ່ມີຕໍ່ເອກະລັກສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງແມ່ນຈະເຮັດໃຫ້ກໍລະນີອື່ນໆທີ່ຕາມມາ ມີຈຳນວນເພີ່ມຂຶ້ນ. ຜົນກະທົບທີ່ແຮງທີ່ສຸດ ກໍ່ອາດຈະແມ່ນວ່າ ລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງຈະຫາຍໄປ ພາຍໃຕ້ 'ຕ່ອງໂສ້' ຂອງການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດແລະບໍ່ໄດ້ຮັບການຄວບຄຸມໂດຍບັນດາພໍ່ຄ້າຄົນອື່ນທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ. ເພາະສະນັ້ນ, ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ຊື່ສຽງຄັ້ງທຳອິດນັ້ນ ສາມາດນຳໄປສູ່ຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຮ້າຍແຮງສູງ ທີ່ການເສື່ອມຄຸນຄ່າຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ ໃນຄວາມເປັນຈິງ.

ຄວາມເສຍຫາຍຫຼືການເສື່ອມຄຸນຄ່າຂອງລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງແມ່ນມີໂອກາດເກີດຂຶ້ນຫຼາຍກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະສູງ, ໂດຍສະເພາະລັກສະນະສະເພາະດັ່ງກ່າວເກີດຈາກການການນຳໃຊ້. ລັກສະນະສະເພາະແລະຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ນັບມື້ນັບເຂັ້ມແຂງຂຶ້ນເທົ່າໃດ, ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງ ໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຫຼືເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນນັ້ນຈະສ້າງຜົນເສຍຫາຍໃຫ້ກັບລັກສະນະສະເພາະດັ່ງກ່າວ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນບໍ່ມີລັກສະນະສະເພາະໂດຍເນື້ອແທ້, ຫຼືປະກອບດ້ວຍໄປດ້ວຍອົງປະກອບທີ່ທຳມະດາຫຼືທີ່ມີລັກສະນະອະທິບາຍ, ພໍ່ຄ້າຄົນອື່ນກໍ່ອາດພົບວ່າ ຕົນເອງກໍ່ຕ້ອງການນຳໃຊ້ສຳນວນເຫຼົ່ານັ້ນເພື່ອ ດຳເນີນທຸລະກິດຕາມປົກກະຕິ. ໃນກໍລະນີດັ່ງກ່າວ, ຂໍ້ຂັດແຍ່ງຂອງການເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍເສື່ອມຄຸນຄ່າ ກໍ່ອາດຈະ

ເປັນການຍາກທີ່ຈະພິສູດໄດ້.

3.5.3 ຄວາມເສັຍຫາຍຕໍ່ຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ

ຄວາມເສັຍຫາຍທີ່ມີຕໍ່*ຊື່ສຽງ*ຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນ ໝາຍຄວາມວ່າພາບພົດທີ່ດີແລະການເຊື່ອມໂຍງໃນທາງບວກທີ່ເກີດຈາກເຄື່ອງໝາຍນັ້ນໄດ້ຈືດຈາງລົງໄປ, ເປື້ອນເປີ ຫຼືເສື່ອມໂຊມຈາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ຫຼືເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ.

ການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວ ຈະເຮັດໃຫ້ພາບພົດທີ່ດີແລະການເຊື່ອມໂຍງໃນແງ່ບວກຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຢູ່ແລ້ວນັ້ນ ຖືກປ່ຽນແທນໂດຍການເຊື່ອມໂຍງໃນແງ່ລົບຫຼືການເຊື່ອມຕໍ່ທີ່ບໍ່ດີຕໍ່ຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍໃນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ.

ການເສື່ອມຄຸນຄ່າທີ່ເກີດມາຈາກ *ເຄື່ອງໝາຍຈືດຈາງລົງໄປ* ນີ້ຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ໂຕ້ຖຽງກັນ ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ບໍ່ສອດຄ່ອງກັບພາບລັກຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງໃນສາຍຕາຂອງສາທາລະນະຊົນ ຫຼື ນຳໄປໃຊ້ໃນສະພາບການທີ່ເຮັດໃຫ້ເສື່ອມເສັຍ ເປັນທີ່ໜ້າລັງກຽດ, ເປັນການດູຖູກຫຼືບໍ່ເໝາະ ສົມສຳລັບພາບລັກນັ້ນ. ມັນກໍ່ບໍ່ມີຄວາມຈຳເປັນທີ່ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການນັ້ນ ຈະຕ້ອງຖືກນຳໄປໃຊ້ເຂົ້າໃນກິດຈະກຳທີ່ມີຄຸນຄ່າທາງສິນລະທຳທີ່ພຽງຢ່າງດຽວ. ແຕ່ມັນກໍ່ພຽງພໍ ຖ້າລັກສະນະແລະຈຸດປະສົງຂອງການນຳໃຊ້ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການມີຄວາມຂັດແຍ່ງຫຼືກົງກັນຂ້າມກັບຂໍ້ຄວາມທີ່ສື່ອອກມາໂດຍເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຖ້າເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງຖືກນຳໃຊ້ສຳລັບນ້ຳຫອມ ແລະເຄື່ອງສຳອາງທີ່ສົ່ງຂໍ້ຄວາມທີ່ສື່ໃຫ້ຮູ້ສຶກມີຄວາມຫລົງໄຫລແລະມີຄວາມພິເສດສະເພາະຕົວ, ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍແບບດຽວກັນຫຼືເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນສຳລັບຜະລິດຕະພັນທີ່ໃຊ້ຂ້າເຊື້ອໃນຄົວເຮືອນ ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ ນຳໃຊ້ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ມີແນວຄິດຕໍ່ພາບລັກທີ່ຕ່າງອອກໄປ ຈາກພາບລັກທີ່ໄດ້ສ້າງຂຶ້ນໂດຍເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ມີຊື່ສຽງ ສຳລັບສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການນັ້ນ.

ຖ້າຫາກການຄັດຄ້ານນັ້ນໄດ້ອີງໃສ່ຄວາມຊຸດໂຊມທີ່ເກີດມາຈາກການເສື່ອມເສັຍນີ້, ຝ່ຍກົງກັນຂ້າມຄວນສົ່ງຂໍ້ຄວາມໂຕ້ຖຽງແລະຫຼັກຖານທີ່ຈະຊັກຊວນໃຫ້ນັກກວດສອບເຊື່ອ

ວ່າ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຍັງເປັນທີ່ຖົກຖຽງກັນນັ້ນ ອາດຈະເປັນການຊັກຊວນຈິດໃຈ ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຄຸນຄ່າຫຼືພາບພົດຕ່າງໆ ເຊິ່ງອາດຈະເປັນການທຳລາຍຫຼືຂັດແຍ້ງ ກັບພາບລັກທີ່ໄດ້ຖ່າຍທອດອອກມາໃຫ້ເຫັນໂດຍເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ.

ຝ່າຍຄັດຄ້ານຕ້ອງໃຫ້ການໂຕ້ແຍ້ງແລະສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າສິນຄ້າຫຼືບໍລິການຂອງ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຍັງເປັນທີ່ໂຕ້ຖຽງກັນນັ້ນມີຄຸນລັກສະນະທີ່ເປັນໃນທາງລົບ ໃນການພົວພັນກັບ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳໄປໃຊ້ກັບການບໍລິການໃນດ້ານການສຶກສາ ຊັ້ນສູງແລະກິດຈະກຳການສຶກສາຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກໍ່ຈະຖືກເສື່ອມໂຊມຫຼືເສັຍຫາຍ ຖ້າຫາກ ວ່າບຸກຄົນທີສາມໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ດັ່ງກ່າວສຳລັບການບໍລິການບັນເທີງ ຜັບບາ ແລະສະຖານບັນເທີງຕ່າງໆ. ການການເຊື່ອມໂຍງດັ່ງກ່າວນັ້ນ ຄາດວ່າຈະເປັນການ ທຳລາຍຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ.

ຄວນສັງເກດວ່າ ຄວາມເສຍຫາຍທີ່ມີຕໍ່ຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍ ອາດຈະລົ້ນອອກມາ ຈົນເຮັດໃຫ້ກະທົບກະເທືອນຕໍ່ຊື່ສຽງຂອງເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ເພາະສະນັ້ນ, ມັນກໍ່ຂຶ້ນກັບ ລັກສະນະຂອງການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ, ຄວາມເສັຍຫາຍ ດັ່ງກ່າວ ອາດຈະບໍ່ສາມາດກັກກັນໄວ້ໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍແລະມັນກໍ່ສາມາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ພາບ ພົດແລະຊື່ສຽງໂດຍລວມຂອງກິດຈະການທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍນັ້ນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມ.

<u>3.5.4 ການໃຊ້ *ປະໂຫຍດທີ່ບໍ່ເປັນທຳ* ຈາກເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ</u>

ການນຳໃຊ້*ປະໂຫຍດທີ່ບໍ່ຍຸດຕິທຳກັບ*ຄວາມໂດດເດັ່ນຫຼືຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ ສຽງແມ່ນກໍລະນີສະເພາະໃດໜຶ່ງທີ່ມີການລະເມີດສິດທິຕໍ່ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ. ກໍລະນີນີ້ ແມ່ນເວົ້າກວມໄປເຖິງບັນດາກໍລະນີທີ່ບຸກຄົນທີສາມທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີຊື່ສຽງ, ຫຼືເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນກັບມັນ, ເພື່ອຜົນປະໂຫຍດທາງການຄ້າໃຫ້ແກ່ຝ່າຍ ບຸກຄົນນັ້ນແລະລວມທັງສິນຄ້າຫຼືບໍລິການຂອງມັນ, ແລະນັບທັງ*ການກະທຳທີ່ໄດ້ປຽບແບບບໍ່ ໄດ້ອອກແຮງຫຼືລົງທຶນໃດໆ* ໂດຍນຳໃຊ້ລັກສະນະສະເພາະແລະຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ ສຽງ.

ການປະຕິບັດທີ່ບໍ່ເປັນທຳນີ້ ແມ່ນອາໄສການຫລອກລວງຜົນປະໂຫຍດຈາກພາບພົດ, ຄວາມດຶງດູດສິນໃຈແລະຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຂອງຄົນອື່ນ. ໂດຍການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນ, ຜູ້ທີ່ຫາຜົນປະໂຫຍດໂດຍບໍ່ໄດ້ອອກແຮງໃດໆເລີຍນັ້ນ ໄດ້ ໂອນຍ້າຍ ຫຼື ຄອບຄອງສ່ວນໃດໜຶ່ງຂອງພາບພົດແລະຊື່ສຽງທີ່ດີຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາກ່ອນໜ້ານີ້ ໄປໃຫ້ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການຂອງຕົນເອງ. ມີການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຫຼື 'ການດຶງດູດ' ເອົາລັກສະນະສະເພາະແລະຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້.

ການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວໂດຍບຸກຄົນທີສາມແມ່ນບໍ່ມີຄວາມຍຸດຕິທຳ ເພາະມັນຈະບໍ່ໄດ້ມີການລົງທຶນຫຼືໃຊ້ຄວາມພະຍາຍາມສູງໃນການສ້າງຫຼືຮັກສາຄວາມເຂັ້ມແຂງແລະຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງນັ້ນໄວ້, ແລະຍ້ອນວ່າມັນບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຈາກເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ. ພຶດຕິກຳດັ່ງກ່າວແມ່ນມີລັກສະນະເປັນການຝ່າການທີ່ເກາະກິນໃນທາງການຄ້າແລະພາຍໃຕ້ຂໍ້ກຳນົດຂອງກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດດັ່ງກ່າວອາດຈະເປັນການກະທຳທີ່ສາມາດດຳເນີນການໄດ້ ພາຍໃຕ້ກົດໝາຍການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ຍຸດຕິທຳ.[43]

ໃນເມື່ອຜູ້ຄັດຄ້ານໂຕ້ຖຽງວ່າ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືກຖຽງກັນນັ້ນຈະນຳໄປສູ່ຜົນປະໂຫຍດທີ່ບໍ່ເປັນທຳທີ່ມີຕໍ່ຄວາມໂດດເດັ່ນຫຼືຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ລາວຄວນສະແດງຫຼັກຖານທີ່ອາດຈະເຮັດໃຫ້ນັກກວດສອບສາມາດສະຫລຸບໄດ້.

ຫຼັກຖານນັ້ນຄວນສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ການເຊື່ອມໂຍງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖືກຖຽງກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງແລ້ວ ຈະເປັນການໂອນລັກສະນະສະເພາະແລະຊື່ສຽງ ໄປຈາກເຄື່ອງໝາຍໜຶ່ງເພື່ອໄປຫາອີກເຄື່ອງໝາຍອື່ນ. ໃນການພິສູດຜົນກະທົບນີ້ ກ່ຶຄວນທີ່ຈະມຸ້ງເນັ້ນໄປທີ່ຄວາມໂດດເດັ່ນທີ່ມີມາຕາມທຳມະຊາດຫຼື ການທີ່ໄດ້ມາຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ອາດຈະດ້ວຍວິທີການທີ່ບໍ່ດີ ອັນເປັນການກະທຳທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ທີ່ຈະມີຕໍ່ຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກ, ແລະການເຊື່ອມຕໍ່ຫຼືການເຊື່ອມໂຍງກັນລະຫວ່າງສິນຄ້າແລະການບໍລິການຂອງສອງເຄື່ອງໝາຍ.

ຖ້າເບິ່ງໃນແງ່ນີ້, ຖ້າຫາກມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະເກີດ ການຂ້າມຜ່ານ ລະຫວ່າງ ຕະຫລາດໃກ້ຄຽງ ຫຼື ພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຫຼືທ່າອ່ຽງທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ສິ່ງນີ້ຕ້ອງໄດ້ສະແດງໃຫ້ເປັນຫຼັກຖານເພື່ອໃຫ້ເຫັນວ່າການໂອນພາບລັກທີ່ບໍ່ເປັນ

[43] ເບິ່ງການຕັດສິນໃຈຂອງສານສູງສຸດຟິລິບປິນໃນວັນທີ 18 ສິງຫາ 2004, ໃນກໍລະນີຂອງບໍລິສັດ McDONALD'S CORPORATION et al. ທີ່ເປັນຄູ່ກໍລະນີກັບ L.C. BIG MAK BURGER, INC. et al. ("ຄະດີ Big Mac"), G.R. ເລກທີ 143993, ໄດ້ທີ່ http://sc.judiciary.gov.ph/jurisprudence/2004/aug2004/143993.htm.

ທຳ ຊຶ່ງຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນໃນກໍລະນີເຫຼົ່ານີ້. ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງໃນການອອກໃບອະນຸຍາດແລະ*ການຈັດການຂາຍສິນຄ້າອາດຈະເປັນສິ່ງສາມາດສະແດງເປັນຫຼັກຖານໄດ້.*

ບໍ່ຄືກັບກໍລະນີທີ່ສ້າງຄວາມເສັຍຫາຍຕໍ່ຄຸນລັກສະນະທີ່ໂດດເດັ່ນຫຼືຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ການກະທຳທີ່ໄດ້ປຽບແບບບໍ່ໄດ້ອອກແຮງຫຼືລົງທຶນໃດໆຕໍ່ລັກສະນະຫຼືຊື່ສຽງທີ່ໂດດເດັ່ນນັ້ນ, ຈະບໍ່ເກີດຜົນເສຍຫາຍທາງເສດຖະກິດໂດຍກົງຕໍ່ເຄື່ອງໝາຍຫຼືເຈົ້າຂອງສິດ. ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ມັນຈະສ້າງຜົນປະ�โยດທາງດ້ານເສດຖະກິດໃຫ້ກັບບຸກຄົນທີສາມ; ຜົນປະໂຫຍດດັ່ງກ່າວແມ່ນບໍ່ຍຸດຕິທຳ ເພາະວ່າມັນບໍ່ໄດ້ມາຈາກຄວາມພະຍາຍາມຫຼືການລົງທຶນທີ່ສຳຄັນໃດໆຂອງບຸກຄົນທີສາມນັ້ນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຜົນປະໂຫຍດທີ່ເປັນແບບ “ກາຝາກ” ດັ່ງກ່າວ ກໍ່ບໍ່ໄດ້ໃຫ້ເກີດຄວາມລຳອຽງທາງດ້ານເສດຖະກິດໂດຍກົງແລະເປັນອັນຕະລາຍຕໍ່ກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງຫຼືຕໍ່ເຈົ້າຂອງສິດ (ເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າຄວາມໂດດເດັ່ນຫຼືຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນຈະໃຊ້ການບໍ່ໄດ້).

ສະນັ້ນ, ເຫດຜົນທີ່ຢູ່ເບື້ອງຫຼັງການປະຕິເສດຕໍ່ການຈົດທະບຽນໃນເຫດຜົນຂອງການກະທຳທີ່ໄດ້ປຽບແບບບໍ່ໄດ້ອອກແຮງຫຼືລົງທຶນໃດໆທີ່ກ່ຽວກັບລັກສະນະທີ່ໂດດເດັ່ນຫຼືຊື່ສຽງຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງສ່ວນໃຫຍ່ນັ້ນ ແມ່ນອີງໃສ່ນະ�โยบายสาธาละนะแม่ใส่การป้กปักรักษาละดับการแข่งขัน ละหว่างบันดาคู่แข่ง, ແລະການປ້ອງກັນການກະ ທຳທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນຫຼື ສະໜັບສະໜູນການປະຕິບັດທາງການຄ້າທີ່ບໍ່ເປັນທຳ ຫຼືການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ເປັນທຳ.

4. ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້າ

ການຄັດຄ້ານແລະການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນອາດຈະອີງສິດທິກ່ອນຫນ້ານີ້ໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ. ສິ່ງນີ້ຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບຂອບເຂດຂອງການນຳໃຊ້ກົດໝາຍໃນທາງການຄ້າ ພາຍໃຕ້ກົດໝາຍທີ່ບັງຄັບໃຫ້ *ການນຳໃຊ້ຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ* ໄດ້ໃຫ້ຜູ້ຊົມໃຊ້ມີສິດສະເພາະແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວໃນເຄື່ອງໝາຍນັ້ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການໂດຍສະເພາະ ຫຼືຢ່າງໜ້ອຍ ກໍ່ມີສິດທີ່ຈະຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ຂອງເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ໃຊ້ມາກ່ອນໜ້ານີ້.

ເຊິ່ງກໍ່ລວມມີ ກໍລະນີຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍທີ່ບັງຄັບໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າພາຍໃນປະເທດໃຫ້ສິດທິແກ່ຜູ້ຊົມໃຊ້*ເພື່ອປ້ອງກັນບໍ່*ໃຫ້ບຸກຄົນທີສາມນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດຽວກັນ ຫຼືຄ້າຍຄືກັນໃນລັກສະນະທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນໃນຕະຫລາດການ ຫຼືໃນບັນດາກຸ່ມຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ກົດໝາຍອາດຈະກຳນົດວ່າ ສັນຍາລັກທີ່ມີມາກ່ອນໜ້ານີ້ຕ້ອງໄດ້ຮັບຊື່ສຽງໃນລະດັບໃດໜຶ່ງ ຫຼືວ່າມັນຈະຖືກຮັບຮູ້ຈາກສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ການຮັບຮູ້ສິດໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່*ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ*ກ່ອນໜ້ານີ້ ອາດຈະມີຄວາມໝາຍສຳຄັນ ໃນຂໍ້ກຳນົດທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ ວ່າ ການຈົດທະບຽນທີ່ໃຊ້ 'ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ' (ໃຫ້ເບິ່ງໃນບົດທີ 10, ຂ້າງລຸ່ມນີ້), ຫຼືໃນຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ. ໃນສະພາບການແບບນີ້ ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ກໍ່ໝາຍເຖິງຄວາມຮູ້ຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍທີ່ກ່ຽວກັບການມີຢູ່ຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້ ເຊິ່ງມີລັກສະນະຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນຢ່າງສັບສົນຄືກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ຖືກຍື່ນ, ເປັນເຈົ້າຂອງຫຼືນຳໃຊ້ໂດຍບຸກຄົນອື່ນທີ່ມີຂໍ້ອ້າງໃນສິດທິທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍກັບເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ, ແລະຄວາມພະຍາຍາມທີ່ບໍ່ຊື່ສັດເພື່ອໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານັ້ນ.

ສິດໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້ ຍັງໄດ້ເປັນທີ່ຍອມຮັບໂດຍທາງອ້ອມໃນກົດໝາຍທີ່ຫ້າມບໍ່ໃຫ້ມີ ສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການ *"ສິ່ງຕ່ໍ"* ໄປເປັນຂອງຄົນອື່ນ, ແລະໃນຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ *"ການນຳໃຊ້ພ້ອມກັນດ້ວຍຄວາມຊື່ສັດ"* ຂອງເຄື່ອງໝາຍດຽວກັນຫຼືເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄືກັນໂດຍບຸກຄົນສອງຄົນທີ່ຕ່າງກັນໃນປະເທດດຽວກັນ[44]

[44] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 5(2), 8(4)(ເອ) ແລະ 10; ເຄເຣັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 26;

ໃນກໍລະນີເຫຼົ່ານີ້, ການຄັດຄ້ານຕໍ່ການຈົດທະບຽນຈະຂຶ້ນຢູ່ກັບຂອບເຂດທີ່ແນ່ນອນຂອງການນຳໃຊ້ກ່ອນຫນ້ານີ້, ກໍ່ເພາະວ່າຈະບໍ່ມີການຈົດທະບຽນເພື່ອທີ່ຈະຮັບໃຊ້ເປັນພື້ນຖານ. ຜູ້ຄັດຄ້ານຈະຕ້ອງພິສູດໃຫ້ທັງສອງວ່າ ລາວກຳລັງໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນີ້ ການຄ້າຢູ່ໃນປະເທດ ແລະ ການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ມີລັກສະນະແບບດຽວກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັບຂອງທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນໃບຄຳຮ້ອງ.

ຝ່າຍກົງກັນຂ້າມຈະຕ້ອງສົ່ງຫຼັກຖານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລະນັກກວດສອບຈະຕ້ອງກຳນົດເປັນບາດ ກ້າວທຳອິດ, ວ່າການນຳໃຊ້ທີ່ຖືກກ່າວຫາແລະຂອບເຂດທີ່ຖືກກ່າວຫາຂອງການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວ ແມ່ນເກີດຂຶ້ນແທ້. ສະເພາະສະຖານະການຕົວຈິງພາຍໃນປະເທດໃນເວລາທີ່ຝ່າຍທີ່ຄັດຄ້ານ ຍື່ນຄຳຮ້ອງຄັດຄ້ານເທົ່ານັ້ນທີ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບນີ້.

ເມື່ອໄດ້ຄວາມຈິງທີ່ສາມາດກຳນົດຮູບຮ່າງແລະຂອບເຂດຂອງສິດທິທີ່ອີງໃສ່ຜູ້ນຳໃຊ້ແລະໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນມາແລ້ວນັ້ນ, ການກວດກາຄວນ ດຳເນີນໄປຕາມປົກກະຕິເພື່ອຕັດສິນໃຈວ່າ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ນຳສະເໜີເພື່ອຈົດທະບຽນຈະສ້າງໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນ ກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້ຫຼືບໍ່.

ຖ້າຫາກກົດໝາຍໃຫ້ຮັບຮອງສິດທິທີ່ໄດ້ມາຈາກ “ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍພ້ອມກັນທີ່ຊື່ສັດ”, ນັກກວດສອບຄວນນຳໃຊ້ຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໄປຕາມຄວາມເໝາະສົມນັ້ນ.

ກໍລະນີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນໄດ້ມາຈາກປະເທດມາເລເຊຍ ທີ່ໄດ້ໃຫ້ຕົວຢ່າງທີ່ກ່ຽວກັບເລື່ອງສິດທິທີ່ເກີດມາຈາກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍພ້ອມໆກັນດ້ວຍຄວາມ:

ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ.21(1).ບີ) ແລະ ຊີ); ເອັມອາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ.14(1)(ເອ) , 19(4) ແລະ 20, ຄູ່ມື ທີເອັມ ບົດ 13 – ຂໍ້ 13.65 ຫາ 13.76 ແລະໃນ ‘ການໃຊ້ພ້ອມກັນຢ່າງສຸດຈະລິດ’; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 14.ບີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(7)(ເອ) ແລະ 9, ທີເອັມ ພາກ 7 ‘ເຫດຜົນທີ່ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງສຳລັບການປະຕິເສດຮັບຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ’ຫນ້າ 13 ຂໍ້ (ເຮັຊ) ແລະຫນ້າ 37 ຂໍ້ (ດີ); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 46 ວັກທີ 2; ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ຈີ.

ໃບຄຳຮ້ອງ Nº 90000355
ເຄື່ອງໝາຍ:

ສິນຄ້າ: ນ້ຳມັນທີ່ກິນໄດ້ (ຫມວດ 29 ຂອງ NCL)
ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້: M / 083601

ສິນຄ້າ: ນ້ຳມັນທີ່ກິນໄດ້ (ຫມວດ 29 ຂອງ NCL)
[ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງ
ປະເທດມາເລເຊຍ]

ເຄື່ອງໝາຍເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ອະນຸຍາດໃຫ້ຢູ່ຮ່ວມກັນໄດ້ຢູ່ບົນພື້ນຖານຂອງຄວາມເຫັນດີເຫັນພ້ອມຈາກຜູ້ທີ່ຖືເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້ານີ້. ເງື່ອນໄຂໃນການອະນຸຍາດໃຫ້ມີການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍໃນພາຍຫລັງນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວຄວນຕິດພັນກັບສິນຄ້າທີ່ຜະລິດແລະຈຳໜ່າຍຢູ່ທາງຝັ່ງທະເລຕາເວັນຕົກຂອງປະເທດມາເລເຊຍເທົ່ານັ້ນ.

5. ຖິ່ນກຳເນີດທີ່ມີມາກ່ອນ

ຖິ່ນກຳເນີດທີ່ມີມາກ່ອນ ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ແລະຄຸ້ມຄອງໃນບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ. ໃນຖິ່ນກຳເນີດໃນເມື່ອກ່ອນສ່ວນຫຼາຍ ອາດຈະໄດ້ຖືກຈົດທະບຽນໄປແລ້ວ ແລະສິດທິພິເສດຕໍ່ການນຳໃຊ້ໃນທາງການຄ້າຂອງພວກເຂົາອາດຈະຖືກໄດ້ຈັດສ້າງຂຶ້ນມາແລ້ວ [45]

ເມື່ອຖິ່ນກຳເນີດ(GIs) ໄດ້ຖືກຈົດທະບຽນນັ້ນ, ການຄັດຄ້ານຕໍ່ການລົງຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍກໍ່ອາດຈະອີງໃສ່ຂໍ້ມູນທາງພູມສາດທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນມາກ່ອນໜ້ານີ້, ຄືກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນມາກ່ອນໜ້ານີ້. GI ທີ່ມີຊື່ສຽງສາມາດອ້າງເຖິງການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນຫຼືສວຍໂອກາດໃຊ້ປະໂຫຍດເອົາຊື່ສຽງຂອງ GI ໄປຢ່າງບໍ່ເປັນທຳ.

ຖ້າຫາກກົດໝາຍລະບຸວ່າ GI ກ່ອນໜ້ານີ້ແມ່ນພື້ນຖານທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດທີ່ຈະຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ເຫດຜົນອັນນີ້ ກໍ່ຄວນໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໂດຍນັກກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ການມີຢູ່ຂອງ GI ທີ່ມີມາກ່ອນ ໜ້ານີ້ ກໍ່ຍັງສາມາດເປັນພື້ນຖານຂອງການຄັດຄ້ານທີ່ໄດ້ຖືກຍົກຂຶ້ນມາ ພາຍໃຕ້ຂໍ້ຫ້າມເພື່ອການຈົດທະບຽນສັນຍາລັກທີ່ຈະເປັນການຫຼອກລວງກ່ຽວກັບແຫລ່ງທີ່ມາທາງພູມີສາດຂອງສິນຄ້າ.[46]

ຖິ່ນກຳເນີດ ແຕກຕ່າງຈາກເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ເພາະວ່າມັນໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃນການສຸມໃສ່ການກວມລວມເອົາສິນຄ້າທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ມັນ (ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວການບໍລິການບໍ່ໄດ້ກວມລວມເອົາໃນການຈົດທະບຽນ GI). ຍ້ອນວ່າລັກສະນະຂອງມັນ, GIs ຈຶ່ງຈຳແນກສະເພາະ ພຽງແຕ່ໝວດສິນຄ້າທີ່ຊັດເຈນທີ່ມີຄຸນລັກສະນະສະເພາະເຈາະຈົງແລະມີຕົ້ນກຳເນີດມາຈາກພື້ນທີ່ການຜະລິດທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ແລ້ວຢ່າງຈະແຈ້ງ.

---

[45] ເບິ່ງບົດບັນຍັດໃນກົດໝາຍໃນກົດຫມາຍ ເຄເຮັຊກ່ຽວກັບສິ່ງບົ່ງຊີ້ທາງພູມີສາດ ເອອາຣ໌ທີ. 31 ວັກທີ່ 1 ແລະ 2 ; ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 21(1).ດີ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 3.17, 23.13 ແລະ 23.14, ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 44; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 3 – 'ສິ່ງບົ່ງຊີ້ທາງພູມີສາດ', ເອັສ. 10(1)(ດີ), 14(1)(ເອຟ) ແລະ (ຈີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 2.0), 14.ຊີ), ແລະ 53 ຫາ 62; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.1(ຈີ) ແລະ (ເຈ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 2(1) –'ສິ່ງບົ່ງຊີ້ທາງພູມີສາດ', ເອັສ. 7(7), (8), (9), (10), (10A), (10B) ແລະ (10C), ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍສິ່ງບົ່ງຊີ້ທາງພູມີສາດ ປີ 2014 ເອັສ. 2 – 'ສິ່ງບົ່ງຊີ້ທາງພູມີສາດ' ແລະ ເອັສ. 4(2) ແລະ (4); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(12); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4.22 ແລະ 74.2. L), ເອັມ), ຫນັງສືວຽນ 01/2007 s, 39.12.ເອ) ii).

[46] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ບີ, ຫມວດ 4, ບົດ 10.

ຖິ່ນກຳເນີດໃນເມື່ອກ່ອນນັ້ນ ບໍ່ສາມາດນຳເອົາໄປໃຊ້ເພື່ອຈຳແນກສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງຈາກຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ແລ້ວໃນການຈົດທະບຽນຂອງ GI. ໂດຍຕາມປົກກະຕິແລ້ວ ອັນນີ້ຈະຈຳກັດບັນຫາຂອງຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສິນຄ້າກັບອີກສິນຄ້າທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ແລ້ວໃນການຈົດທະບຽນ GI, ແລະສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຢ່າງໃກ້ຊິດຫຼືໄດ້ມາຈາກສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນ, ທີ່ລວມທັງການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລະອື່ນໆ. ຄວາມຈິງທີ່ວ່າ GI ນັ້ນໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນສຳລັບສິນຄ້າສະເພາະໜຶ່ງ ຫຼືສອງສາມອັນນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ໄດ້ໝາຍຄວາມວ່າ GI ບໍ່ສາມາດຖືກປົກປ້ອງຈາກການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຈະສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ສິດໃນການສະແຫວງຫາຜົນປະໂຫຍດທາງການຄ້າແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວຂອງ GI.

ໃນເມື່ອ GI ມີຄວາມໂດດເດັ່ນສູງ ມີຊື່ສຽງ ຫຼື ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີນັ້ນ, ການຄຸ້ມຄອງທີ່ໄດ້ຂະຫຍາຍເພີ່ມເຕີມໄປໃຫ້ກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ ກໍ່ຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ກັບ GIs ຢ່າງເທົ່າທຽມກັນ. ໃນກໍລະນີນີ້, ປະເດັນອັນດຽວກັນຂອງຄວາມຄ້າຍຄືກັນຫຼືຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ກວ້າງຂວາງຂອງການເຊື່ອມຕໍ່ຫຼືການຄົບຄ້າສະມາຄົມກັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການອື່ນໆ ກໍ່ຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາ. ເຊັ່ນດຽວກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ, ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ຖືກຖຽງນັ້ນ ກໍ່ອາດຈະຕ້ອງໄດ້ຖືກປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຫຼື ຖືກຈຳກັດໃນກໍລະນີທີ່ມີຄວາມສ່ຽງຕໍ່ການໂອນຄວາມໂດດເດັ່ນແລະຊື່ສຽງຈາກ GI ທີ່ມີຊື່ສຽງໄປໃຫ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງບຸກຄົນທີສາມທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ.

ເມື່ອມີການດຳເນີນການກວດຄົ້ນຂໍ້ມູນທົ່ວໂລກເພື່ອຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມສັບສົນນັ້ນ, ນັກກວດສອບຄວນ ຄຳນຶງເຖິງປັດໄຈໃດໜຶ່ງທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງກັບ GIs. ມັນກໍ່ບໍ່ຄືກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ຊື່ທາງການຄ້າແລະຕົວທີ່ລະບຸທຸລະກິດອື່ນໆ, ຜູ້ຜະລິດທີ່ໃຊ້ GI ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມຍືດຫຍຸ່ນໃນການເລືອກສັນຍາລັກຂອງພວກເຂົາ. GI ອັນໜຶ່ງ ຈະຕ້ອງປະກອບໄປດ້ວຍ ຊື່ທາງພູມີສາດທີ່ໄດ້ມາຈາກຊື່ຂອງຂົງເຂດຫຼືສະຖານທີ່ທີ່ຜະລິດສິນຄ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ມັນອາດຈະປະກອບໄປດ້ວຍການອອກແບບ 'ແບບພື້ນເມືອງດັ້ງເດີມ' ສຳລັບຜະລິດຕະພັນສະເພາະໃດໜຶ່ງທີ່ຮູ້ວ່າມີຕົ້ນກຳເນີດມາຈາກຂົງເຂດຫຼືສະຖານທີ່ໃດໜຶ່ງທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງ. ໂດຍກົງກັນຂ້າມ, ບໍລິສັດການຄ້າແລະການດຳເນີນທາງທຸລະກິດອື່ນໆ, ມີເສລີພາບທີ່ບໍ່ຈຳກັດໃນການສ້າງຫຼືເລືອກເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ຈະເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງພວກເຂົາ. ພາຍໃຕ້ສະພາບການດັ່ງກ່າວ, ການປ້ອງກັນ GI ທີ່ປະສົບຜົນສຳເລັດນັ້ນ ອາດສາມາດເປັນສິ່ງທີ່ສຳຄັນຫລາຍໂດຍສະເພາະສຳລັບຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຄ້າຂອງ GI. ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ມີຫຼືຄ້າຍຄືກັບ GI ທີ່ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງ, ທີ່ໄດ້ນຳໄປໃຊ້ກັບຜະລິດຕະພັນແບບ

ດຽວກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ, ກໍ່ສາມາດສົ່ງຜົນກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ຄວາມໂດດເດັ່ນແລະຊື່ສຽງຂອງ GI.

ນັກການຄ້າ ທີ່ນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນຖືວ່າມີສິດເສລີພາບຢ່າງກ້ວາງຂວາງໃນການເລືອກເຄື່ອງໝາຍຫຼືສ້າງເຄື່ອງ ໝາຍການຄ້າຂອງຕົນ. ຖ້າຫາກລາວມີເຈດຕະນາເລືອກເອົາສັນຍາລັກທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນກັບ GI ທີ່ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ (ສາລັບສິນຄ້າຫຼືບໍລິການທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ) ທາງເລືອກນັ້ນອາດຈະຖືໄດ້ວ່າເປັນຄວາມພະຍາຍາມທີ່ຈະເຮັດແນວໃດເພື່ອໃຫ້ໄດ້ປຽບແບບບໍ່ຕ້ອງໄດ້ອອກແຮງຫຼືລົງທຶນໃດໆກັບຊື່ສຽງຂອງ GI ຜູ້ຄັດຄ້ານອາດສາມາດຍົກໃຫ້ເຫັນວ່າ ການນຳໃຊ້ ການຈົດທະບຽນ GI ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ແມ່ນການຈົດທະບຽນທີ່ 'ບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ'.

6. ຊື່ການຄ້າ ແລະ ຊື່ຂອງໜ່ວຍງານອື່ນໆທີ່ມີກ່ອນໜ້າ

ສິດທີ່ມີກ່ອນໜ້ານີ້ ທີ່ອາດຈະຖືໄດ້ວ່າເປັນເຫດຜົນປຽບທຽບທີ່ໃຊ້ໃນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ລວມທັງມີສິດທີ່ໄດ້ມາ ໃນຕົວຊີ້ບອກທາງທຸລະກິດ, ເຊັ່ນວ່າ:

- ➢ ຊື່ການຄ້າ,
- ➢ ຊື່ບໍລິສັດ,
- ➢ ຊື່ຂອງໜ່ວຍງານທີ່ບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລ
- ➢ ຊື່ໂດເມນ.

6.1 ຊື່ການຄ້າ ແລະ ຊື່ບໍລິສັດ

ຊື່ການຄ້າ ແມ່ນຊື່ທີ່ລະບຸເຖິງພໍ່ຄ້າຫຼືທຸລະກິດທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດໄປໃນຕະຫລາດໃນປະເທດໃດໜຶ່ງ. ມັນແມ່ນແນວຄວາມຄິດທີ່ບໍ່ຕາຍຕົວ ທີ່ບໍ່ມີນິຍາມທີ່ໄດ້ຖືກຕົກລົງກັນໃນຂໍ້ຕົກລົງສາກົນໃດໆ, ແຕ່ກໍ່ໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ແລະກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍດ້ານຊັບສິນທາງປັນຍາຫຼາຍສະບັບ.[47]

ສິດພິເສດແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວໃນຊື່ທາງການຄ້າແມ່ນໄດ້ມາໂດຍການນຳໃຊ້ຊື່ທຳອິດໃນອານາ ເຂດຂອງປະເທດ. ການນຳໃຊ້ຊື່ການຄ້າໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ ກໍ່ຈະຕ້ອງຢູ່ໃນລະດັບປະເທດຫຼືຢ່າງໜ້ອຍ ກໍ່ຫຼາຍກວ່າລະດັບທ້ອງຖິ່ນ.

ຊື່ທາງການຄ້າຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ ເຖິງແມ່ນວ່າຊື່ນັ້ນຈະບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ, ແລະບໍ່ວ່າຈະໃຊ້ຊື່ດຽວກັນ ຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍກໍ່ຕາມ. ສຳລັບເລື່ອງນີ້, ສົນທິສັນຍາປາຣີໄດ້ກຳນົດໄວ້ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

[47] ເບິ່ງບົດບັນຍັດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອ້ສ. 8(4)(ເອ) ແລະ (ບີ); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອ້ລ ເອອາຣ້ທີ. 2(ຊີ), 4(ອີ) ແລະ (ເອຟ), ແລະ 2; ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ້ທີ.6(3) ເອ); ກົດໝາຍ ເອ້ລເອ ເອອາຣ້ທີ. 3.14, 19 ແລະ 23.11, ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ້ທີ. 37; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອ້ສ. 14(1)(ເອ) ; ເອັມເອ້ມ ທີເອັມເອລ ເອ້ສ. 2.q); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອ້ສ.165.2, ລະບຽບການ ອາຣ້. 104; ເອ້ສຈີ ທີເອັມເອ ເອ້ສ.8(7)(ເອ) ແລະ (ບີ), ແລະ 8(8); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອ້ລ ເອອາຣ້ທີ. 4.21, 6.3.ບີ) ແລະ 74.2.ເຄ) , ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອ້ສ. 1.6, 39.3.ເຮັຊ) ແລະ 39.12.ເອ) iii).

ມາດຕາ 8
[ຊື່ທາງການຄ້າ]

ຊື່ທາງການຄ້າຈະໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງໃນທຸກໆປະເທດຂອງສະຫະພັນໂດຍບໍ່ມີພັນທະໃນການຍື່ນຫຼືຈົດທະບຽນ, ບໍ່ວ່າມັນຈະເປັນສ່ວນໃດໜຶ່ງຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າກໍ່ຕາມ.

*ຊື່ຂອງບໍລິສັດ*ແມ່ນຊື່ທາງການຂອງບໍລິສັດຫຼືອົງກອນທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ເຊິ່ງກໍ່ແມ່ນຕາມທີ່ມັນປະກົດຢູ່ໃນເອກະສານທີ່ກ່ຽວກັບການຈັດຕັ້ງບໍລິສັດ. ຊື່ບໍລິສັດໄດ້ຮັບການສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນພາຍໃຕ້ກົດໝາຍຂອງມັນແລະໄດ້ຖືກລວມເຂົ້າໃນລາຍລະອຽດ ຂອງບໍລິສັດເມື່ອຖືກປ້ອນລົງໃນຈົດທະບຽນຂອງບັນດາບໍລິສັດ.

ເຊິ່ງມັນກໍ່ບໍ່ຄືກັບຊື່ທາງການຄ້າ, ຊື່ບໍລິສັດບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງເປັນຊື່ທີ່ບໍລິສັດຫຼືພໍ່ຄ້າທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກໂດຍປະຊາຊົນໃນຕະຫລາດສະເພາະໃດໜຶ່ງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນຊື່ຂອງຫຸ້ນສ່ວນບໍລິສັດຫຼືແມ່ນຊື່ໂດຍຫຍໍ້ຂອງມັນໄດ້ກາຍມາເປັນຊື່ທາງການຄ້າຂອງບໍລິສັດ. ຊື່ທາງການຄ້ານີ້ ກໍ່ອາດຈະຖືກນຳມາໃຊ້ເປັນ “ເຄື່ອງໝາຍຜູ້ຜະລິດ” ຂອງບໍລິສັດແລະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ ຫຼື ກາຍເປັນພື້ນຖານໃຫ້ແກ່ກຸ່ມຂອງເຄື່ອງໝາຍ.

ໃນຂອບເຂດທີ່ບຸກຄົນໃດໜຶ່ງໄດ້ຮັບສິດພິເສດໃນຊື່ທາງການຄ້າຫຼືໃນຊື່ບໍລິສັດນັ້ນ, ບຸກຄົນຜູ້ນັ້ນກໍ່ອາດຈະຂໍສິດນັ້ນໃນການດຳເນີນຄະດີເພື່ອການຄັດຄ້ານໃດໜຶ່ງ. ນັກກວດສອບຄວນສະແດງການຄັດຄ້ານຕໍ່ເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ເຮັດຊ້ຳຄືນໃໝ່ ຫຼືປະກອບໄປດ້ວຍຊື່ທາງການຄ້າ ຫຼືຊື່ບໍລິສັດ ທີ່ມີການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້ນັ້ນອາດຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນຫຼືຄວາມປະທັບໃຈແບບຜິດໆ ໃນການເຊື່ອມໂຍງຫຼືກ່ຽວຂ້ອງທາງການຄ້າກັບຜູ້ເປັນເຈົ້າຂອງ ຂອງຊື່ທາງການຄ້າ.[48]

ນັກກວດສອບຄວນພິຈາລະນາເສັ້ນທາງທຸລະກິດແລະກົດຈະກຳທາງການຄ້າຕົວຈິງ

[48] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(4)(ເອ) ແລະ (ບີ); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 2(ຊີ), 4(ອີ) ແລະ (ເອັຟ), ແລະ 2; ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ.6(3) ເອ); ກົດໝາຍ ເອັລເອ ເອອາຣ໌ທີ. 3.14 ແລະ 23.11, ຄຳຕັດສິນ 753, ເອອາຣ໌ທີ. 37; ເອັມ ວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 14(1)(ເອ) ; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 63; ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ.165.2, ລະບຽບການ, ອາຣ. 104; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(7)(ເອ) ແລະ (ບີ), ແລະ 8(8); ແລະ ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4.21, 6.3.ບີ) ແລະ 74.2.ເຄ) , ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 1.6, 39.3.ເຮັຊ) ແລະ 39.12.ເອ) iii).

ຂອງພໍ່ຄ້າຫຼືບໍລິສັດທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງຊື່ທາງການຄ້າ, ແລະປຽບທຽບພວກມັນກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້ໃນໃບຄຳຮ້ອງທີ່ຍື່ນມາພາຍຫຼັງ. ຖ້າຫາກລັກສະນະຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການແມ່ນມີລັກສະນະດຽວກັນ, ຄ້າຍຄືກັນ ຫຼື ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບກິດຈະກຳທາງທຸລະກິດຂອງຜູ້ທີ່ຖືຊື່ທາງການຄ້າ, ກໍ່ຄວນມີການຄັດຄ້ານ.

ສຳລັບຄວາມຄ້າຍຄືກັນຂອງສັນຍາລັກ, ມັນມັກຈະເປັນກໍລະນີທີ່ຊື່ທາງການຄ້າແລະຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຊື່ບໍລິສັດຈະປະກອບໄປດ້ວຍສ່ວນປະກອບທີ່ມີລັກສະນະທົ່ວໄປ, ມີລັກສະນະອະທິບາຍ ຫຼື ກໍ່ບໍ່ມີລັກສະນະເດັ່ນໃດໆ. ໃນກໍລະນີເຫຼົ່ານີ້, ຊື່ທາງການຄ້າຫຼືຊື່ບໍລິສັດນັ້ນ ກໍ່ຈະໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອ ຖ້າສັນຍາລັກທັງສອງຢ່າງນັ້ນມັນຄືກັນ.

ໃນກໍລະນີທີ່ຊື່ທາງການຄ້າ ຫຼື ຊື່ບໍລິສັດປະກອບໄປດ້ວຍອົງປະກອບ ໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍອົງປະກອບທີ່ໂດດເດັ່ນ, ອົງປະກອບເຫຼົ່ານີ້ຄວນເປັນພື້ນຖານໃນການປຽບທຽບສັນຍາລັກທີ່ຂັດແຍ້ງກັນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນກໍ່ມັກຈະເປັນກໍລະນີທີ່ອົງປະກອບທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະຂອງຊື່ທາງການຄ້າດັ່ງກ່າວນັ້ນ ກໍ່ໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າອີກດ້ວຍ.

6.2 ຊື່ໜ່ວຍງານທີ່ບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລ

ລາຍຊື່ຂອງໜ່ວຍງານທີ່ບໍ່ມີຮຸ້ນ ແລະບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລເຊັ່ນ: ສະມາຄົມກີລາ, ມູນນິທິ, ສະຫະກອນ, ສະໂມສອນຕ່າງໆ ກໍ່ຍັງໄດ້ຮັບສິດພິເສດສະເພາະຕົວທີ່ສາມາດຢັ້ງຢືນພິສູດການຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນໄດ້.

ເຊັ່ນດຽວກັບຊື່ທາງການຄ້າ, ຄຳຖາມກ່ຽວກັບຄວາມເປັນໄປໄດ້ຂອງການພົວພັນລະຫວ່າງກິດຈະກຳຂອງໜ່ວຍງານຜູ້ຄັດຄ້ານແລະສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ມີຢູ່ໃນໃບຄຳຮ້ອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຕ້ອງໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາກວດສອບຈາກທາງສຳນັກງານ.

6.3 ຊື່ໂດເມນ

ຊື່ໂດເມນແມ່ນໄດ້ຖືກກຳນົດໃຫ້ເປັນ“ຊຸດຂອງຕົວອັກສອນແລະຕົວເລກທີ່ຂັ້ນກັນດ້ວຍເຄື່ອງ ໝາຍจ้ำເມັດ [...] ເຊິ່ງກໍ່ແມ່ນທີ່ຢູ່ຂອງການເຊື່ອມຕໍ່ທາງເຄືອຂ່າຍຄອມພິວເຕີຫຼື

ອິນເຕີແນັດແລະເປັນການລະບຸຫຼືຊີ້ບອກເຈົ້າຂອງຂອງທີ່ຢູ່ນັ້ນ".[49] ຊື່ໂດເມນນັ້ນ, ຕາມປົກກະຕິແລ້ວ ຈະມີຫນ້າທີ່ເພື່ອກຳນົດ ເວັບໄຊທ໌ ຫຼືຈຳນວນຂອງໜ້າເວັບທີ່ຢູ່ໃນເວັບໄຊທ້ນັ້ນ.

ຊື່ໂດເມນອັນໜຶ່ງ ບໍ່ແມ່ນວັດຖຸສະເພາະທີ່ເປັນຂອງທາງຊັບສິນທາງປັນຍາ. ການຈົດທະບຽນຂອງຊື່ໂດເມນກັບຜູ້ທີ່ມີອຳນາດໃນການຈົດທະບຽນອິນເຕີເນັດຂອງປະເທດນັ້ນ ບໍ່ໄດ້ກໍ່ໃຫ້ເກີດສິດພິເສດສະເພາະຄືກັບຊັບສິນທາງປັນຍາ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນກໍ່ມັກຈະເປັນກໍລະນີທີ່ຊື່ໂດເມນໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນໂດຍການໃສ່ບັນດາອົງປະກອບທີ່ເປັນນ່າສົນໃຈ, ລວມທັງຊື່ທາງການຄ້າຫຼືເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຂຶ້ນກັບຜູ້ໃຊ້ທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນຊື່ໂດເມນແລ້ວ. ໃນກໍລະນີນີ້, ການຈົດທະບຽນໃດກໍ່ແລ້ວແຕ່ ທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຫຼືການນຳໃຊ້ຊື່ໂດເມນທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຫຼືຊື່ທາງການຄ້າຂອງບຸກຄົນອື່ນນັ້ນ ກໍ່ສາມາດຖືວ່າເປັນການລະເມີດເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຫຼືຊື່ທາງການຄ້ານັ້ນ[50]

ຄວາມພະຍາຍາມທີ່ຈະຈົດທະບຽນ, ໃຫ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ຊື່ໂດເມນເຊິ່ງປະກອບໄປດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍ ຫຼືຊື່ທາງການຄ້າທີ່ເປັນຂອງບຸກຄົນອື່ນນັ້ນ ກໍ່ສາມາດເຮັດໃຫ້ເກີດການຄັດຄ້ານຂຶ້ນມາໄດ້ ໂດຍອີງໃສ່ສິດພິເສດທີ່ໄດ້ກ່າວມາກ່ອນໃນເຄື່ອງໝາຍຫຼືຊື່ທາງການຄ້ານັ້ນ.

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຖ້າຫາກມີຊື່ໂດເມນທີ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນການຄ້າ ຫຼືທາງອິນເຕີເນັດດ້ວຍວິທີການທີ່ມັນຈະກາຍເປັນທີ່ຮູ້ຈັກດີພາຍໃນອານາເຂດຂອງປະເທດ, ການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວອາດຈະກໍ່ໃຫ້ເກີດມີສິດຂອງຜູ້ໃຊ້ກ່ອນໜ້ານີ້ ທີ່ຄ້າຍຄືກັນກັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ. ສິ່ງນີ້ຈະຂຶ້ນກັບຂໍ້ກຳນົດທາງກົດໝາຍຂອງປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

---

[49] ເບິ່ງ http://www.thefreedictionary.com/domain+name.

[50] ການປະຕິບັດດັ່ງກ່າວ, ເຊິ່ງມັກຈະຖືກກ່າວເຖິງວ່າເປັນ "ການໂຈມຕີທາງອິນເຕີເນັດເພື່ອລັກເອົາຊື່ໂດເມນທີ່ມີຊື່ສຽງໄປຂ່າຍເອົາກຳໄລ", ທີ່ເປັນຫົວຂໍ້ໃນການດຳເນີນການແກ້ໄຂຂໍ້ຂັດແຍ່ງທີ່ມີຈຳນວນເພີ່ມຫລາຍຂຶ້ນ. ໃນບັນຫາເຫຼົ່ານີ້ ສ່ວນຫຼາຍແລ້ວ ແມ່ນໄດ້ຮັບການຈັດການໃນຂອບເຂດຂອງຫ້ອງການທີ່ເປັນສູນການໄກ່ເກ່ຍຂອງ ອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ ໂດຍໄດ້ນຳໃຊ້ນະ�โยบายການແກ້ໄຂຕ່າງໆເພື່ອລະງັບຂໍ້ຂັດແຍ່ງທີ່ເປັນແບບດຽວກັນຕາມທີ່ໄດ້ຕົກລົງກັນໃນເວທີສາກົນ ທີ່ເອີ້ນວ່າ ນະໂຍບາຍແກ້ໄຂຂໍ້ຂັດແຍ່ງລະຫວ່າງປະເທດ (UDRP). ເບິ່ງທີ່: https://www.wipo.int/amc/en/domains/.

ໃນກໍລະນີທີ່ສິດດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນແລ້ວ, ພວກເຂົາກໍ່ອາດສາມາດທີ່ຈະເປັນພື້ນຖານໃຫ້ແກ່ການຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ອາດຈະເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນໃຫ້ກັບຊື່ໂດເມນທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນດັ່ງ ທີ່ໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໂດຍຜູ້ເປັນເຈົ້າຂອງໃນທາງການຄ້າ.

7. ສິດຊັບສິນທາງປັນຍາອື່ນໆທີ່ມີມາກ່ອນ

ເຄື່ອງໝາຍອັນໜຶ່ງ ອາດຈະຂັດແຍ່ງກັບສິດພິເສດສະເພາະຕົວທີ່ໄດ້ຮັບພາຍໃຕ້ສິດຊັບສິນທາງປັນຍາອື່ນໆ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ກໍ່ແມ່ນສິດທີ່ໄດ້ມາພາຍໃຕ້ກົດໝາຍຂອງແບບອຸດສາຫະກຳ ແລະ ລິຂະສິດທີ່ປົກປ້ອງຜົນງານບາງຢ່າງທີ່ສາມາດນຳໃຊ້ໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ [51]

7.1 ແບບອຸດສາຫະກຳ

ຖ້າຮູບຊົງສາມມິຕິຫຼືຮູບແບບສອງມິຕິຂອງຜະລິດຕະພັນໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເປັນການອອກແບບອຸດສາຫະກຳ ຫຼືໄດ້ຮັບຄຸ້ມຄອງເປັນແບບທີ່ບໍ່ໄດ້ຂຶ້ນທະບຽນພາຍໃຕ້ກົດໝາຍທີ່ບັງຄັບໃຊ້, ຮູບຮ່າງຫຼືຮູບແບບດັ່ງກ່າວກໍ່ຈະບໍ່ສາມາດໃຊ້ໄດ້ໃນທາງການຄ້າໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຈາກຜູ້ຖືສິດໃນການອອກແບບ. ເພາະສະນັ້ນ, ຮູບຮ່າງຫຼືຮູບແບບນັ້ນອາດຈະບໍ່ໄດ້ຮັບໃຫ້ຈົດທະບຽນ, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງແມ່ນເຄື່ອງໝາຍສາມມິຕິຫຼືເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຮູບຮ່າງແບບສອງມິຕິ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຫຼືຄວາມເຫັນດີຈາກຜູ້ຖືສິດແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວໃນການອອກແບບ. ຖ້າຫາກການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍສາມມິຕິ ຫຼືເຄື່ອງໝາຍແບບເປັນຮູບຮ່າງສອງມິຕິໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ດຳເນີນການຕໍ່ໄປ ເຖິງແມ່ນວ່າ ຈະມີການອອກແບບອຸດສາຫະກຳກ່ອນໜ້ານີ້ຢູ່ກໍ່ຕາມ, ການຈົດທະບຽນນັ້ນ ກໍ່ຈະເປັນການແຊກແຊງການໃຊ້ປະໂຫຍດຕາມປົກກະຕິຂອງສິດທິພິເສດສະເພາະຕົວໃນການອອກແບບອຸດສາຫະກຳ.

ອີງຕາມຂອບເຂດສິດທິພິເສດສະເພາະທີ່ລະບຸໄວ້ໃນກົດໝາຍຂອງແບບອຸດສາຫະກຳ, ສິດເຫຼົ່ານັ້ນອາດຈະຂະຫຍາຍໄປສູ່ຜະລິດຕະພັນປະເພດໃດໜຶ່ງກໍ່ໄດ້ ທີ່ມີການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ຫຼືອາດຈະຖືກຈຳກັດສະເພາະໃນໝວດຫມູ່ຂອງສິນຄ້າທີ່ມີການອອກແບບເທົ່ານັ້ນ.

ເຖິງແມ່ນວ່າກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຈະບໍ່ໄດ້ກ່າວເຖິງສິດໃນການອອກແບບກ່ອນໜ້ານີ້ຢ່າງຈະແຈ້ງເພື່ອເປັນພື້ນຖານໃນການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການ

[51] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ, ເອັສ. 8(4)(ບີ); ເຄເຮັຊເອອາຣ໌ທີ. 14(ອີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 4; ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 23.3; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 14(1)(ເອ) ; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 14.ຊີ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 4.1.d; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(7)(ບີ); ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(9); and ວີເອັນ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 74.2.ເອັນ), ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.4.ອີ) ແລະ 39.12.ເອ) (v).

ຄ້າ, ເຫດຜົນຂອງການປະຕິເສດດັ່ງກ່າວ ກໍ່ຈະເປັນຜົນສະທ້ອນໂດຍກົງຈາກຂໍ້ກຳນົດຂອງກົດໝາຍແບບອຸດສາຫະກຳເອງ.

ສະນັ້ນ, ການຄັດຄ້ານທີ່ມີຕໍ່ການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ຈຶ່ງສາມາດຍື່ນໄດ້ບົນພື້ນຖານຂອງສິດໃນແບບອຸດສາຫະກຳກ່ອນຫນ້ານີ້, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງໃນກໍລະນີທີ່ຮູບຮ່າງຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າມີລັກສະນະຄືກັນຫຼືບໍ່ສາມາດຈຳແນກໄດ້ຈາກແບບອຸດສາຫະກຳທີ່ໄດ້ຮັບປົກປ້ອງ.

7.2 ຜົນງານທີ່ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງໂດຍລິຂະສິດ

ລິຂະສິດຂອງຜົນງານອາດຈະເປັນພື້ນຖານສຳລັບການຄັດຄ້ານຕໍ່ການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍໃດໜຶ່ງ. ສິ່ງນີ້ອາດຈະເປັນກໍລະນີ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ ກໍ່ແມ່ນໃນເວລາທີ່ມີການໃຊ້ຜົນງານ ຫຼື ຊື່ຜົນງານໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຢ່າງສົມເຫດສົມຜົນ.

7.2.1 ຜົນງານທີ່ລວມຢູ່ໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

ຜົນງານທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ແລະຮູບພາບແບບສາມມິຕິນັ້ນ ກໍ່ສາມາດເປັນແລະມັກຈະຖືກນຳໃຊ້ໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າຫຼືໄປເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

ອົງປະກອບທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງ ແລະເປັນຮູບພາບສາມມິຕິຂອງເຄື່ອງໝາຍນັ້ນ ອາດຈະປະກອບໄປດ້ວຍຜົນງານສິລະປະທີ່ໄດ້ຮັບມອບໝາຍ ຫຼືນຳໄປໃຊ້ໃນການສ້າງໂລໂກ, ປ້າຍຊື່, ຫຼືເຄື່ອງໝາຍການຄ້າອື່ນໆທີ່ເປັນຮູບເປັນຮ່າງຫຼືແບບປະສົມອື່ນໆ. ການນຳໃຊ້ຜົນງານສິລະປະເຫຼົ່ານັ້ນ ມັນຕ້ອງໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງຕາມລິຂະສິດແລະການນຳເອົາໄປໃຊ້ ກໍ່ຕ້ອງໃຫ້ໄດ້ຮັບການການມອບໝາຍ ຫຼືການອະນຸຍາດ.

ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ຜູ້ທີ່ວ່າຈ້າງໃຫ້ສ້າງຜົນງານດ້ານສິລະປະດັ່ງກ່າວ ທີ່ໃຊ້ເພື່ອສ້າງໂລໂກໃໝ່, ເຄື່ອງໝາຍແບບເປັນຮູບເປັນຮ່າງຫຼືແບບປະສົມ ຈະເປັນເຈົ້າຂອງສິດໃນທາງເສດຖະກິດຕໍ່ຜົນງານດ້ານສິລະປະນັ້ນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໃນກໍລະນີທີ່ມັນບໍ່ແມ່ນແນວນັ້ນ ຫຼືຜົນງານທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ ໄດ້ຖືກນຳເອົາມາໂດຍພໍ່ຄ້າແລະເອົາໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບ

ອະນຸຍາດ, ເຈົ້າຂອງລິຂະສິດກໍ່ອາດຈະມີການດຳເນີນການໃດໜຶ່ງກັບເຫດການນີ້.

ການຄັດຄ້ານອາດຈະຖືກຍື່ນໂດຍເຈົ້າຂອງລິຂະສິດຂອງຜົນງານໃດໜຶ່ງ, ຕໍ່ກັບການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ປະກອບໄປດ້ວຍມຜົນງານເຊິ່ງຢູ່ພາຍໃຕ້ການປົກປ້ອງ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຢ່າງຖືກຕ້ອງ.

ການຄັດຄ້ານດັ່ງກ່າວຈະດຳເນີນການຕໍ່ໄປໂດຍບໍ່ຄຳນຶງເຖິງສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍັງເປັນທີ່ໂຕ້ຖຽງຈະຖືກນຳໄປໃຊ້, ເພາະວ່າເຈົ້າຂອງລິຂະສິດມີສິດໃນການຄວບຄຸມການການສະແຫວງຫາຜົນປະ�โຫຍດທາງດ້ານເສດຖະກິດຫຼືການນຳໃຊ້ໄປໃນທາງດ້ານການຄ້າໃນວຽກໃດໜຶ່ງ ທີ່ບໍ່ໄດ້ຖືກກຳນົດໂດຍຂໍ້ຈຳກັດແລະຂໍ້ຍົກເວັ້ນທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍລິຂະສິດ.

ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ຄັດຄ້ານພິສູດວ່າລິຂະສິດຂອງພວກເຂົາໃນຜົນງານທີ່ໄດ້ນຳໄປໃຊ້ໃນເຄື່ອງໝາຍທີ່ ຂໍຈົດທະບຽນ, ຜູ້ຮ້ອງຂໍຕ້ອງພິສູດການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ. ຖ້າຜູ້ຮ້ອງຂໍບໍ່ສົ່ງເຫດຜົນທີ່ຫນັກແຫນ້ນແລະພຽງພໍ, ນັກກວດສອບຄວນຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນນັ້ນ.

7.2.2 ຊື່ຜົນງານ

ຊື່ຜົນງານເຊັ່ນວ່າ: ປຶ້ມ, ຮູບເງົາ, ເພັງ, ວີດີໂອເກມແລະຊອບແວຣ໌ເປັນສິ່ງສຳຄັນຕໍ່ຜົນງານເຫຼົ່ານັ້ນ. ພວກເຂົາສາມາດຖືໄດ້ວ່າ ເປັນສ່ວນປະກອບສຳຄັນຂອງຜົນງານໃນຂອບເຂດທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ແລະເປັນຕົວແທນໃຫ້ແກ່ຜົນງານແລະໃນພາກປະຕິບັດ ທີ່ຈະເປັນການສ້າງເງື່ອນໄຂໃຫ້ແກ່ການສະແຫວງຫາຜົນປະ�โຫຍດທາງດ້ານການຄ້າ. ນອກຈາກນັ້ນ, ພາຍໃຕ້ກົດໝາຍລິຂະສິດຫຼາຍສະບັບ, ຊື່ຂອງຜົນງານກໍ່ຍັງໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງເຊັ່ນດຽວກັນກັບຜົນງານ, ຖ້າຫາກເປັນໄປ ຕາມມາດຕະຖານຂອງຄວາມເປັນຕົ້ນສະບັບເດີມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້.

ຊື່ຜົນງານອາດຈະກາຍເປັນພື້ນຖານຂອງຍຸດທະສາດການຕະຫຼາດແບບຂະຫຍາຍທີ່ລວມທັງການຂາຍສິນຄ້າແລະຂໍ້ຕົກລົງການອອກໃບອະນຸຍາດ. ຊື່ຜົນງານອາດຈະກາຍເປັນເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ນຳສະເຫນີຜົນງານໃນຕະຫລາດໃນເມື່ອມັນໄດ້ກາຍໄປເປັນສິນຄ້າໃນທາງການຄ້າ. ສິນຄ້າດັ່ງກ່າວປະກອບໄປດ້ວຍ, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງ, ການສະໜັບສະໜູນ ທາງດ້ານການະພາບໃດໆ ສຳລັບຜົນງານທີ່ມີລິຂະສິດເຊັ່ນ: ປຶ້ມ, ດີວີດີ, ແລະຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອື່ນໆ (ແທ່ງເມ

ໂມຣີບັນທຶກຂໍ້ມູນ, ແຜ່ນມີນິດີສກ໌, ກັບນ້ຳມຶກພິມສຳລັບຈັກພິມແລະອື່ນໆ) ທີ່ມີຜົນງານ ເຊັ່ນ: ປຶ້ມດິຈິຕອນ, ເພັງ. ງານພາບແລະສຽງ ເກມວິດີໂອແລະຊອບແວຣ.

ຖ້າຫາກມີການໃຊ້ການຈົດທະບຽນສຳລັບເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ຜົນງານແລະຈະຕ້ອງໃຊ້ ເຄື່ອງ ໝາຍສຳລັບສິນຄ້າຫຼືການບໍລິການທີ່ອາດຈະໄປຊ້ຳຊ້ອນ ຫຼື ຂັດຂວາງການສະແຫວງຫາ ຜົນປະໂຫຍດຕາມປັກກະຕິຫຼືໃນຊ່ວງຕໍ່ເວລາການນຳໃຊ້, ໂດຍສະເພາະແມ່ນຜົນງານທາງດ້ານ ວັນນະຄະດີ, ດ້ານສຽງແລະພາບ ຫຼື ດ້ານດົນຕີ. ເຈົ້າຂອງລິຂະສິດຂອງຜົນງານດັ່ງກ່າວສາມາດ ຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນໄດ້.[52]

ນັກກວດສອບ ຄວນກວດສອບໃນຂອບເຂດທີ່ຊື່ຜົນງານເປັນຕົ້ນສະບັບແລະມີ ຄວາມໂດດເດັ່ນແລະລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນຫຼືການບໍລິການທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍ. ໃນກໍລະນີ ທີ່ຊື່ຜົນງານນັ້ນປະກອບໄປດ້ວຍ ຄຳສັບທຳມະດາ ຫຼືຄຳສັບທີ່ບໍ່ແມ່ນຕົ້ນສະບັບຫຼືອົງ ປະກອບອື່ນໆຫຼືບໍ່ໄດ້ເຂົ້າເຖິງໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີຕໍ່ຜົນງານຂອງຜູ້ຂຽນ, ເຄື່ອງໝາຍຈະບໍ່ ແຊກແຊງການສະແຫວງຫາຜົນປະໂຫຍດທີ່ມີຕໍ່ຜົນງານທີ່ເປັນໄປຕາມທຳມະດາ. ໃນກໍລະນີ ເຫຼົ່ານີ້, ຜູ້ຄັດຄ້ານອາດຈະຖືກປະຕິເສດແລະ ເຄື່ອງໝາຍກໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ.

ຕົວຢ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ເປັນເລື່ອງທີ່ກ່ຽວກັບສາຍເຫດທີ່ໃຊ້ສຳລັບການປະຕິເສດ ແມ່ນໄດ້ ສະເໜີໃຫ້ກັບກໍລະນີຂອງຊື່ຜົນງານ "007" ຂອງນະວະນິຍາຍນັກສືບທີ່ຂຽນໂດຍທ່ານ ຢານ ເຟລມມິງ (Ian Flemming). ອຸປະກອນທີ່ເປັນຮູບ 007 ຂ້າງລຸ່ມນີ້ແມ່ນເຄື່ອງໝາຍການ ຄ້າໃນປະເທດຟິລິບປິນໂດຍ DANJAQ, LLC ທີ່ໃຊ້ສຳລັບອຸປະກອນແລະເຄື່ອງມືທາງ ວິທະຍາສາດທາງທະເລ, ການສຳຫຼວດແລະໄຟຟ້າ (ຫມວດ 9) ແລະ ສຳລັບການບໍລິການທາງ ດ້ານການສຶກສາແລະການບັນເທີງ (ຫມວດ 41).

[ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈັດໄວ້ໃຫ້ໂດຍສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດຟິລິບປິນ]

ການຍື່ນຂໍຈົດທະບຽນນີ້ ໃນເບື້ອງຕົ້ນກໍ່ໄດ້ຖືກຄັດຄ້ານໂດຍນັກກວດສອບ, ໂດຍໄດ້

[52] ກ່ຽວກັບຫົວຂໍ້ນີ້, ໃຫ້ເບິ່ງຕື່ມໄດ້ທີ່ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ພາກ ບີ , ຫມວດ 4, ບົດ 3, ຂໍ້ 3.

ອ້າງເຫດຜົນວ່າ ມີການແນະນຳຕ່າງໆທີ່ບໍ່ເປັນຄວາມຈິງເພື່ອໃຫ້ໄປຕິດຕໍ່ກັບທ່ານ ຢານ ເຟລມ ມິງ, ທີ່ເປັນຜູ້ຂຽນນິຍາຍແລະຮູບເງົາເລື້ອງ ເຈມສ໌ ບອນດ໌ (James Bond) 007 ທີ່ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງທາງດ້ານລິຂະສິດ.

DANJAQ ໄດ້ໃຫ້ການສະແດງຫຼັກຖານວ່າ ມັນແມ່ນບໍລິສັດຖືຫຸ້ນທີ່ຮັບຜິດຊອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະລິຂະສິດຂອງທຸກໆຕົວລະຄອນແລະເນື້ອໃນທັງຫມົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜົນງານ ເຈມສ໌ ບອນດ໌ 007 ຂອງ ທ່ານ ຢານ ເຟລມມິງ, ການຈົດທະບຽນນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ດຳເນີນການຕໍ່ໄປ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າຫາກ DANJAQ ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜົນງານຂອງ ເຈມສ໌ ບອນດ໌ ຫຼື ທ່ານ ຢານ ເຟລມມິງ, ການຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນກໍ່ຈະຖືກເກັບຮັກສາໄວ້.

8. ຊື່, ເອກະລັກ ແລະ ຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ຂອງບຸກຄົນ

ບຸກຄົນ, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງຖ້າຫາກບຸກຄົນເຫຼົ່ານີ້ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີໃນກຸ່ມສາທາລະນະ ສຳລັບກິດຈະກຳຂອງພວກເຂົາໃນໂລກກີລາ, ສິລະປະ, ທຸລະກິດຫຼືການເມືອງ, ມີສິດສ່ວນຕົວໃນການຄຸ້ມຄອງການຈັດສັນແລະການນຳໃຊ້ຊື່ແຝງໃນເຊີງການຄ້າ. ຮູບບຸກຄົນ, ຮູບທີ່ຄ້າຍຄື, ຫຼືການເປັນຕົວແທນອື່ນໆຂອງບຸກຄົນຫຼືເອກະລັກຂອງເຂົາເຈົ້າ.

ສິດນີ້ອາດຈະໄດ້ຮັບມາຈາກຂໍ້ກຳນົດທີ່ມີໃນກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ກົດໝາຍແພ່ງ, ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ຫຼືກົດໝາຍພິເສດທີ່ຄຸ້ມຄອງພາບພິດຂອງຫນ່ວຍງານຫຼືອົງການລັດຖະບານໃນປະເທດ ຫຼື ສາກົນ, ບຸກຄົນ ສຳຄັນຫຼືບຸກຄົນອື່ນໆໃນຕຳແໜ່ງລະດັບສູງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ອາດຈະໃຊ້ເຫດຜົນດຽວກັນນີ້ ໂດຍບໍ່ຄຳນຶງເຖິງສະຖານະຂອງບຸກຄົນທີ່ຖືກນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ ຖ້າການນຳໃຊ້ດັ່ງກ່າວໂດຍທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດແລະການນຳໃຊ້ຈະສ້າງຄວາມຮັບຮູ້ວ່າ ມີການເຊື່ອມໂຍງ, ການເຊື່ອມຕໍ່, ຄວາມສຳພັນ, ການສະໜັບສະໜູນ ຫຼື ຄວາມສຳພັນອື່ນໆລະຫວ່າງບຸກຄົນນັ້ນ ແລະ ຜູ້ໃຊ້ທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ [53]

ໃບຄຳຮ້ອງເພື່ອການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີຊື່, ຊື່ແຝງ, ຮູບບຸກຄົນ, ຮູບທີ່ຄ້າຍຄື ຫຼືຮູບແບບທີ່ສະແດງການເປັນຕົວແທນອື່ນໆ ທີ່ພຽງພໍເພື່ອທີ່ຈະໃຊ້ໃນ *ການກຳນົດ* ບຸກຄົນຫຼືບຸກຄົນທີ່ມີກຽດນັ້ນ *ໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງ* ນັ້ນ ອາດຈະຖືກຄັດຄ້ານຈາກຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສັຍ ແລະ ເຈົ້າໜ້າທີ່ກວດສອບກໍ່ອາດຈະຄັດຄ້ານຕາມໜ້າທີ່. ຖ້າຫາກຜູ້ຮ້ອງຂໍບໍ່ໄດ້ຮັບການຢັ້ງຢືນສິດການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍໃຫ້ເປັນທີ່ຈະແຈ້ງນັ້ນ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍຂອງພວກເຂົາກໍ່ຄວນຖືກປະຕິເສດ.

ນັກກວດສອບກໍ່ຄວນກວດສອບເບິ່ງວ່າ, ໂດຍສະເພາະແລ້ວ, ຖ້າຫາກສັນຍາລັກສາມາດລະບຸບຸກຄົນທີ່ບໍ່ໄດ້ໃຫ້ຄວາມຍິນຍອມໃນການຈົດທະບຽນ ໄດ້ຢ່າງມີປະສິດຕິພາບ.

---

[53] ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ບົດອັນ ທີເອັມອາຣ, ອາຣ. 12(1); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອອາຣ່ທີ. 14(ອີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ່ທີ. 21(2). ເອ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ່ທີ. 23.7 ແລະ 8, ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ່ທີ. 42.4; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 16, ຄູ່ມື ທີເອັມ ຂໍ້ 5.40 ຫາ 5.43; ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 14.ບີ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.1(ຊີ), ລະບຽບການ ອາຣ. 102.ຊີ), ຄູ່ມື ທີເອັມ ພາກ IX ຂໍ້ 6; ເອັສຈີ ທີເອັມອາຣ ອາຣ. ແລະ 73.3 ຫນັງສືວຽນ 01/2007 ເອັສ. 39.4.ຈີ) ແລະ 39.12.ເອ) (iv). ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງຕື່ມໄດ້ທີ່ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ ພາກ ຊີ, ຫມວດ 4, ຂໍ້ 4.3.1.

ຖ້າຫາກສັນຍາລັກທີ່ໄດ້ຍື່ນຈົດທະບຽນປະກອບໄປດ້ວຍຊື່ທີ່ບໍ່ກົງກັບຊື່ຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍນັ້ນ, ນັກກວດສອບອາດຈະຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ຮ້ອງຂໍສົ່ງຫຼັກຖານການ*ຍິນຍອມ*ຈາກຜູ້ທີ່ມີຊື່ຫຼືຈາກຜູ້ຕາງໜ້າທີ່ເປັນຕົວແທນທາງກົດໝາຍຂອງບຸກຄົນນັ້ນ. ໃນກໍລະນີນີ້, ນັກກວດສອບຄວນກວດເບິ່ງການປະຕິບັດຕາມຂໍ້ກຳນົດຢ່າງເປັນທາງການນັ້ນ.

ເຫດຜົນສຳລັບການຄັດຄ້ານຫຼືການຕໍ່ຕ້ານນີ້ ຈະບໍ່ມີຜົນບັງຄັບໃຊ້ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍນີ້ ອ້າງເຖິງຊື່ທີ່ບໍ່ມີຕົວຕົນຫຼືຊື່ທີ່ໄດ້ສົມມຸດເອົາ, ຫຼືບໍ່ພຽງພໍທີ່ຈະລະບຸຕົວບຸກຄົນໃດໜຶ່ງ ຫຼືຖ້າເຄື່ອງໝາຍສະແດງເຖິງຕົວລະຄອນຫຼືຮູບພາບຄົນທີ່ເປັນແບບສົມມຸດຂຶ້ນມາຫຼືເລື່ອງທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບບຸກຄົນໃດໜຶ່ງ ຖ້າຫາກຊື່ເປັນເລື່ອງທີ່ໄດ້ມາແບບຈິນຕະນາການເອົາ, ນັກກວດສອບອາດຈະຕ້ອງການໃຫ້ລະບຸຫຼືຊີ້ແຈງໃນໃບຄຳຮ້ອງ (ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ 2.4 ໃນພາກທີ 1 ຂອງຄູ່ມືສະບັບນີ້).

ຖ້າຫາກເຄື່ອງໝາຍປະກອບໄປດ້ວຍ ຊື່ຂອງບຸກຄົນ (ຊື່, ນາມສະກຸນຫຼືຊື່ເຕັມ) ຂອງບຸກຄົນ, ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວກໍ່ຄວນຖືວ່າເປັນສິ່ງທີ່ມີເອກະລັກດ້ວຍຕົວມັນເອງໂດຍບໍ່ຄຳນຶງເຖິງລັກ ສະນະທົ່ວໄປຂອງການປະກົດຕົວຂຶ້ນຂອງມັນໃນປະເທດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ໃນກໍລະນີນີ້, ວິທີການແບບ ມາກ່ອນໄດ້ກ່ອນນັ້ນ, ຈະມີຜົນເໜືອກว่าໃນສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂອງກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼືການບໍລິການທີ່ລະບຸໄວ້, ຫຼືຫຼາຍກว่านั้นຖ້າຫາກເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ.

ການຄັດຄ້ານທີ່ອີງໃສ່ສິດທີ່ມີມາກ່ອນ ຕໍ່ເຄື່ອງໝາຍ ຫຼື ຊື່ການຄ້າທີ່ ປະກອບມີຊື່ ທີ່ຄືກັນ ຫຼື ຄ້າຍຄືກັນທີ່ຈະກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ ຕ້ອງຖືກຕັດສິນ ຕາມມາດຕະຖານທີ່ກຳນົດໄວ້ ຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ອາດຈະກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນ.

ການໃຊ້ຊື່ສ່ວນຕົວຂອງຝ່າຍກົງກັນຂ້າມນັ້ນ ບໍ່ຄວນໃຫ້ຍຶດຖື ຖ້າຫາກບໍ່ມີເຫດຜົນທີ່ຈະຖືວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຈະເຊື່ອມ�โยงกับฝ่ายกงกันข้ามในละหว่างการค้า. ยกตົວຢ່າງ, ໃບຄຳຮ້ອງເພື່ອການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ“ FORD” ສຳລັບຍານພາຫະນະທີ່ມີເຄື່ອງຈັກນັ້ນ ກໍ່ບໍ່ສາມາດຄັດຄ້ານກັບ ທ່ານ ອານລ໌ເບີດຕ໌ ເຈ ຟອຣ໌ດ (Albert J. Ford) [ໃຫ້ສັນນິຖານว่าแนวนั้น] ໄດ້ສຳເລັດ ກໍ່ເພາະວ່າຊື່ຂອງບຸກຄົນນັ້ນມີຄຳວ່າ 'Ford' ຢູ່ແລ້ວ, ເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າບຸກຄົນນັ້ນເປັນຜູ້ທີ່ມີຄວາມຫ້າວຫັນແລະເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີຢ່າງກວ້າງຂວາງໃນວົງການທຸລະກິດລົດຍົນແລະມີຄວາມສ່ຽງທີ່ວ່າ ສາທາລະນະຊົນໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກໍ່ຈະໄປເຊື່ອມโยงเครื่องหมาย “FORD” ນັ້ນກັບທ່ານ ອານລ໌ເບີດຕ໌ ເຈ ຟອຣ໌ດ.

ຄວາມພະຍາຍາມທີ່ທຳການຈົດທະບຽນເປັນເຄື່ອງໝາຍ, ການ*ບິດເບືອນ* ຫຼື ຄຳເວົ້າເຍາະເຍີ້ຍຂອງບຸກຄົນທີ່ມີຊື່ສຽງ ກໍ່ສາມາດນຳໄປສູ່ການຄັດຄ້ານໄດ້. ຍົກຕົວຢ່າງ, ຄຳຮ້ອງຍື່ນຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ "PARES HILTON" ນັ້ນ ກໍ່ອາດຈະຖືກຄັດຄ້ານໂດຍທ່ານນາງ ປາຣິ ຮິນລ໌ຕັນ (Paris Hilton) ດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ວ່າ ມັນອາດຈະໄປກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງໝາຍຂອງນາງປາຣິ ຮິນລ໌ຕັນ ຫຼືອາດຈະເຮັດເຄື່ອງໝາຍນັ້ນໃຫ້ເສັຍຫາຍຫຼືລັກສະນະສະເພາະເຈືອຈາງລົງໄດ້.

9. ຊື່ແລະສັນຍາລັກຂອງຊຸມຊົນໃດໜຶ່ງ

ພາຍໃນປະເທດຕ່າງໆທີ່ເປັນສ່ວນໃຫຍ່ນັ້ນ ມີກຸ່ມແລະຊຸມຊົນຂອງປະຊາຊົນຜູ້ຄົນທີ່ມີວັດທະນະທຳ, ພາສາປາກເວົ້າ, ຫຼືເຊື້ອຊາດຊົນເຜົ່າມາຈາກປະຊາກອນຂອງຈາກປະເທດນັ້ນໆ. ບັນດາກຸ່ມຫຼືຊຸມຊົນເຫຼົ່ານີ້, ເຊິ່ງບາງຄັ້ງກໍ່ເອີ້ນວ່າເປັນ "ຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນ" ຫຼື 'ຊົນເຜົ່າພື້ນເມືອງ' ໂດຍທົ່ວໄປເຂົາເຈົ້າຈະມີຕົວຕົນແລະຊື່ຂອງຕົນເອງ, ເຊັ່ນດຽວກັນກັບສັນຍາລັກ, ລະຫັດ, ເຄື່ອງໝາຍນາມະຍົດ, ການສະແດງອອກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ເງື່ອນໄຂທາງດ້ານພິທີກຳ, ແລະເຄື່ອງໝາຍ ອື່ນໆ. ຊຸມຊົນເຫຼົ່ານັ້ນກໍ່ມີຄວາມຄາດຫວັງທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍໃນການຄວບຄຸມ ການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກ, ລວມໄປເຖິງ ທັງການການສະແຫວງຫາຜົນປະໂຫຍດທາງດ້ານການຄ້າໃດໆແລະເພື່ອຈຳກັດການເຂົ້າເຖິງຫຼືການເຜີຍແຜ່ສັນຍາລັກທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດຈາກບຸກຄົນທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຊຸມຊົນ.

ສິດຂອງຊຸມຊົນໃນທ້ອງຖິ່ນ, ຊົນເຜົ່າພື້ນເມືອງແລະຊຸມຊົນອື່ນໆໃນການຄວບຄຸມ ການເຂົ້າເຖິງ, ການເຜີຍແຜ່ແລະການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກ, ລະຫັດ, ການສະແດງອອກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ເງື່ອນໄຂພິທີກຳ ແລະເຄື່ອງໝາຍ ອື່ນໆນັ້ນ ແມ່ນໄດ້ຖືກຮັບຮູ້ໃນຫຼາຍປະເທດ ແລະປະເດັນຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄວບຄຸມດັ່ງກ່າວ ໄດ້ຖືກນຳໄປສົນທະນາຫາລືໃນ ລະດັບສາກົນ.[54], ເອກະລັກຕົວຕົນຂອງຊຸມຊົນເຫຼົ່ານັ້ນ, ພ້ອມທັງສັນຍາລັກແລະເຄື່ອງໝາຍ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນເປັນສິ່ງສັກສິດ, ເປັນຄວາມລັບ ຫຼື ເປັນການນຳໃຊ້ໃນສາທາລະນະ, ໄດ້ຖືກອ້າງວ່າ ສົມຄວນທີ່ຈະໄດ້ຮັບການເຄົາລົບແລະຄຸ້ມຄອງຈາກການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຫຼືການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ໄດ້ຂໍອະນຸຍາດ.

ຢູ່ທີ່ WIPO ທີ່ເປັນ ຄະນະກຳມະການລະຫว่างລັດຖະບານກ່ຽວກັບຊັບສິນທາງປັນຍາ, ຊັບພະຍາກອນທາງດ້ານພັນທຸກຳ, ຄວາມຮູ້ດັ້ງເດີມອັນເປັນມູນເຊື້ອ ແລະ ວັດທະນະທຳພື້ນບ້ານດັ້ງເດີມນັ້ນ ໄດ້ສະເໜີว่า ການສະແດງອອກທາງດ້ານວັດທະນະ ທຳພື້ນເມືອງ, ທີ່ລວມທັງ ສັນຍາລັກພື້ນເມືອງແລະສັນຍາລັກທີ່ສັກສິດ ຈະໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງຕໍ່ກັບນຳໃຊ້ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້, ໂດຍສະເພາະແມ່ນ:[55]

[54] ໃຫ້ເບິ່ງວຽກຂອງຄະນະກຳມະການລະຫว่างລັດຖະບານກ່ຽວກັບຊັບສິນທາງປັນຍາ, ຊັບພະຍາກອນທາງດ້ານພັນທຸກຳ, ຄວາມຮູ້ພຸມປັນຍາແລະທັດສະນະຄະຕິພື້ນບ້ານດັ້ງເດີມ ທີ່ອົງການຊັບສິນທາງປັນຍາໂລກ ໂດຍສະເພາະເອກະສານຢູ່ໃນຊຸດຂອງ WIPO/GRTKF/ ແລະຫາເບິ່ງຕື່ມໄດ້ທີ່ https://www.wipo.int/tk/en/igc/.

[55] ໃຫ້ເບິ່ງເອກະສານ WIPO/GRTFK/IC/40/5, ວັນທີ 9 ເມສາ 2019, ຂໍ້ 5 [Alt. 3 Option 1] 5.3(ຊີ),ໄດ້ທີ่,https://www.wipo.int/edocs/mdocs/tk/en/wipo_grtkf_ic_40/wipo_grtkf_ic_40_5.pdf.

"[...] ການນຳໃຊ້ໃດໆ [ທີ່ຜິດພາດຫຼືເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຜິດ] ຂອງການສະແດງທາງວັດທະນະທຳທ້ອງຖິ່ນທີ່ໄປກ່ຽວຂ້ອງ ຜະລິດຕະພັນແລະການບໍລິການທີ່ແນະນຳໃຫ້ມີການຮັບຮອງໂດຍຫຼືເຊື່ອມໂຍງກັບຜູ້ທີ່ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດ." [...]

ວິທີໜຶ່ງໃນການທີ່ຈະຫລີກລ້ຽງຫຼືຫຼຸດຜ່ອນການເກີດຂຶ້ນໃນການເຂົ້າເຖິງ, ການນຳໃຊ້, ຫຼືການເຜີຍແຜ່ສັນຍາລັກແລະເຄື່ອງໝາຍຂອງຊຸມຊົນຊົນເຜົ່າພື້ນເມືອງນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນການບໍ່ອະນຸຍາດໃຫ້ໃຊ້ເປັນເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າ (ຫຼືຊື່ການຄ້າ) ໂດຍຄົນທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຊຸມຊົນ ໃນຂະນະທີ່ການຄຸ້ມຄອງປ້ອງກັນດັ່ງກ່າວສາມາດຖືກນຳມາໃຊ້ໃນກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາໂດຍໃຫ້ເປັນເຫດຜົນທີ່ແນ່ນອນສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍ ໂດຍອີງໃສ່ເຫດຜົນຂອງນະໂຍບາຍສາທາລະນະວ່າດ້ວຍຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບร้อยຂອງສັງຄົມ. ການປ້ອງກັນນັ້ນກໍ່ຍັງສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຫດຜົນປຽບທຽບສຳລັບການປະຕິເສດ ໃນຂອບເຂດທີ່ຄອບຄຸມການເຂົ້າເຖິງການນຳໃຊ້ ແລະການເຜີຍແຜ່ຊຶ່ງເປັນສິດສ່ວນລວມ ທີ່ສາມາດອ້າງໄດ້ໂດຍຊຸມຊົນ, ກຸ່ມຄົນຫຼືປະຊາຊົນໂດຍສະເພາະ [56]

ບົນພື້ນຖານສິດຂອງຊຸມຊົນໃນການຄວບຄຸມການນຳໃຊ້ສິ່ງທີ່ເປັນເອກະລັກຕົວຕົນ ແລະສັນຍາລັກແລະເຄື່ອງໝາຍ ຂອງເຂົາເຈົ້ານັ້ນ, ນັກກວດສອບກໍ່ຄວນ - ໃນເມື່ອມີການຄັດຄ້ານຫຼືຄັດຄ້ານຕາມໜ້າທີ່ - ໃຫ້ການຄັດຄ້ານຕໍ່ກັບການຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍ, ຖ້າຫາກว่า ມັນປະກອບມີຫຼືປະກອບໄປດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນແບບສັບສົນກັບຊື່ຂອງຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນຫຼືຊົນເຜົ່າພື້ນເມືອງ, ຫຼືສັນຍາລັກ, ລະຫັດ, ເຄື່ອງໝາຍນາມະຍົດ, ການສະແດງອອກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ເງື່ອນໄຂທາງພິທີກຳ, ຫຼືເຄື່ອງໝາຍ ອື່ນໆ. ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີໜຶ່ງຫຼືຫລາຍໆເຄື່ອງໝາຍຂອງຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນນັ້ນ ຈະນຳໄປສູ່ການສ້າງການເຊື່ອມໂຍງທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຕໍ່ຊຸມຊົນຫຼືກຸ່ມຄົນໃດໜຶ່ງ ຫຼືເປັນທັງການສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດທີ່ຈະເປັນການໃຫ້ເກີດໂອກາດໃນການສະໜັບສະໜູນ, ການສົ່ງເສີມ, ຄວາມກ່ຽວຂ້ອງ, ຫຼືການເຊື່ອມຕໍ່ອື່ນໆ ທີ່ບໍ່ຄວນກະທຳ.

---

[56] ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດໃນ ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 4(ບີ); ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 20.ເອ); ເອັລເອ ໄອພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 23.8 ແລະ 18, ຄຳຕັດສິນ 753 ເອອາຣ໌ທີ. 37 and 46; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 14(1)(ບີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 13.ຊີ); ພີເຮັຊ ໄອພີ ໂຄ້ດ ເອັສ. 123.1.a; ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(4)(ເອ) ; ທີເຮັຊ ທີເອັມເອ ເອັສ. 8(9); ແລະ ວີເອັນ ໄອ ພີເອັລ ເອອາຣ໌ທີ. 73.2.

ຍົກຕົວຢ່າງ, ຢູ່ທີ່ປະເທດສະຫະລັດອາເມລິກາ, ໃນປີ 2012, ຊາວນາວາໂດ້ຍື່ນຟ້ອງຮ້ອງຕໍ່ບໍລິສັດ Urban Outfitters ທີ່ຂາຍເສື້ອຜ້າ ໃນຂໍ້ຫາກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ຊື່ “Navajo” ແລະ “Navaho” ໄປເປັນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດສຳລັບສິນຄ້າ, ທີ່ລວມທັງເຄື່ອງນຸ່ງແລະເຄື່ອງແຕ່ງກາຍ. ຜູ້ເປັນໂຈດໄດ້ອ້າງວ່າ "ເມື່ອຈຳເລີຍໄດ້ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ 'Navajo' ແລະ 'Navaho' ໃຫ້ກັບສິນຄ້າແລະການບໍລິການນັ້ນ, ການເຊື່ອມໂຍງທີ່ເຂົ້າໄປຫາຊາວນາວາໂຮກໍ່ຖືວ່າບໍ່ຖືກຕ້ອງ. ທາງສານກໍ່ໄດ້ຍຶດຖືຄຳຟ້ອງຮ້ອງດັ່ງກ່າວແລະກໍ່ໄດ້ຕັດສິນຄະດີ.[57]

ເຫດຜົນດຽວກັນນີ້ກໍ່ສາມາດຖືກໄປນຳໃຊ້ເພື່ອຄັດຄ້ານການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍເປັນຂອງຊົນເຜົ່າພື້ນເມືອງຫຼືຊຸມຊົນອື່ນໆໃນປະເທດຫຼືຕ່າງປະເທດ.

[57] ໃຫ້ເບິ່ງ http://www.theguardian.com/world/2012/mar/01/navajo-nation-sues-urban-outfitters ແລະ https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/18/urban-outfitters-navajo-nation-settlement

10. ການຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນໂດຍຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ

10.1 ແນວຄວາມຄິດຂອງ 'ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ'

ມີຫລາຍປະເທດທີ່ເປັນສະມາຊິກອາຊຽນໄດ້ມີຂໍ້ກຳນົດຫຼືແນວທາງປະຕິບັດທີ່ຄຳນຶງເຖິງຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈະມີການຍື່ນສະເໜີແບບບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ. ບາງຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງບັນດາປະເທດເຫຼົ່ານັ້ນກໍ່ມີການອ້າງອີງທີ່ຊັດເຈນຫຼືທີ່ໄດ້ກ່າວເຖິງ "ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ "ຫຼື "ເຈດຕະນາສໍ້ໂກງຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍ" ທີ່ເປັນປັດໃຈໜຶ່ງທີ່ສາມາດກີດຂວາງຫຼືສະໜັບສະໜູນການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ..[58]

ຄຳວ່າ "ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ" ນັ້ນ ມັນກໍ່ບໍ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ. ແຕ່ມັນກໍ່ອາດຈະໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ແລ້ວໃນກົດໝາຍ ຫຼືນິຕິກຳ ອື່ນໆໃນປະເທດເຫຼົ່ານັ້ນ. ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ໄດ້ຖືກອະທິບາຍໄວ້ວ່າ ມັນ ເປັນ *"ການກະທຳທີ່ຫຼອກລວງຈາກຫຼັກການທີ່ເປັນທີ່ຍອມຮັບຂອງພຶດຕິກຳໃນທາງດ້ານຈັນຍາບັນ ຫຼື ການຄ້າ ແລະ ການດຳເນີນທຸລະກິດດ້ວຍຄວາມຊື່ສັດ".*[59]

ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ກໍ່ໄດ້ຖືກລະບຸວ່າ ເປັນການສໍ້ໂກງໂດຍເຈດຕະນາໂດຍການກະທຳຫຼືການຈົງໃຈທີ່ຈະລະເມີດລະເລີຍກົດໝາຍໂດຍເຈດຕະນາ; ຫຼື ລະເມີດໃນການປະຕິບັດຕົນດ້ວຍຄວາມຊື່ສັດ.[60]

ໃນແງ່ມຸມນີ້, ມັນກໍ່ອາດຈະເຂົ້າໃຈວ່າ "ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ" ແມ່ນສະຖານະການທີ່ຜູ້

---

[58] ຕົວຢ່າງ, ໃຫ້ເບິ່ງຂໍ້ກຳນົດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນ ບີເອັນ ທີເອັມເອ ເອັສ. 6(6); ເຄເຮັຊ ທີເອັມເອັລ, ເອອາຣ໌ທີ. 14.ອີ ແລະ ທີເອັມ ຄູ່ມື ຫນ້າ 107; ໄອດີ ທີເອັມເອ ເອອາຣ໌ທີ. 21(3) ແລະ ການຊີ້ແຈງໃນ ເອອາຣ໌ທີ. 21(3); ເອັລເອ ຄຳຕັດສິນ 753, art 36, ວັກ. 6, ຂໍ້ 7; ເອັມວາຍ ທີເອັມເອ ເອັສ. 25(1), 37(ເອ) ແລະ 45(1)(ຊີ); ເອັມເອັມ ທີເອັມເອລ ເອັສ. 14.ດີ); ເອັສຈີ ທີເອັມເອ ເອັສ. 7(6) ແລະ 8(5) ແລະ (6).

[59] ຄຳເຫັນຂອງທະນາຍຄວາມ ເຈເນຣັລ ຊາຣ໌ບສະຕັນ (General Sharpston) ໃນວັນທີ 11 ມິຖຸນາ 2009, C-529/07, ຂະຫນົມຊັອກໂກແລັດ Lindt Goldhase, EU: C: 2009: 361, § 60 ແລະອື່ນໆເຊັ່ນດຽວກັນ ໃນວັນທີ 01 ເມສາ 2009, R 529 / 2008-4, FS. (ຮູບທີ), § 14) ເບິ່ງ ຄູ່ມືສານັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ດີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 3.3.2.

[60] "ຄວາມບໍ່ຊື່ສັດ" ໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ວ່າ:

> 1) *[ຄຳນາມ] ການກະທຳທີ່ບໍ່ສຸດຈະລິດທີ່ໄດ້ເຈດຕະນາ, ໂດຍບໍ່ປະຕິບັດຕາມພັນທະຜູກມັດທາງກົດໝາຍ ຫຼືຕາມສັນຍາ, ອັນເຮັດໃຫ້ຄົນອື່ນຫລົງຜິດ, ອັນນຳໄປສູ່ການເຮັດຂໍ້ຕົກລົງໂດຍບໍ່ໄດ້ຕັ້ງໃຈຫຼືວິທີການທີ່ຈະປະຕິບັດຫຼືລະເມີດມາດຕະຖານພື້ນຖານຂອງຄວາມຊື່ສັດໃນການຕິດຕໍ່ພົວພັນກັບຄົນອື່ນ [...]*

ເບິ່ງ: https://dictionary.law.com/Default.aspx?selected=2.

ຮ້ອງຂໍຮັບຮູ້ວ່າເຄື່ອງໝາຍທີ່ໃຊ້ໃນການຈົດທະບຽນໃນນາມຂອງລາວນັ້ນ ແມ່ນເປັນຂອງບຸກຄົນອື່ນທີ່ໄດ້ອ້າງສິດທິໃນເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວແລະບໍ່ໄດ້ໃຫ້ການຍິນຍອມໃຫ້ມີຈົດທະບຽນດັ່ງກ່າວ. "ເຈດຕະນາສໍ້ໂກງ" ກໍ່ໝາຍເຖິງຄວາມຕັ້ງໃຈຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍທີ່ຈະໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນ ເຊິ່ງເປັນການລະເມີດຂໍ້ກຳນົດດ້ານກົດໝາຍ ຫຼືສິດທີ່ມີມາກ່ອນໃນເມື່ອກ່ອນ.

ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍ ອາດຈະເກີດຂຶ້ນຈາກຄວາມຈິງທີ່ວ່າເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວ ແມ່ນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນທັງພາຍໃນແລະຕ່າງປະເທດຫຼືມີຊື່ສຽງໃນທ້ອງຖິ່ນ. ຄວາມຮູ້ອາດຈະເກີດຂຶ້ນຈາກຄວາມຈິງທີ່ວ່າ ຜູ້ຮ້ອງຂໍມີຄວາມສຳພັນຫຼືຄວາມ ສຳພັນທາງດ້ານທຸລະກິດບາງຢ່າງກັບເຈົ້າຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ລາວກຳລັງໃຊ້ຄວາມພະຍາຍາມທີ່ຈະຈົດທະບຽນໃຫ້ໄດ້.

ຂໍ້ສະເໜີນິຫຼືຄຳແນະນຳຮ່ວມຂອງ WIPO, ມາດຕາ 3 (2), ໄດ້ກ່າວໄວ້ດັ່ງຕໍ່ໄປ ນີ້ກ່ຽວກັບການປົກປ້ອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຊື່ສຽງ:

> *(2) [ການພິຈາລະນາຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ]* ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈສາມາດຖືວ່າເປັນປັດໄຈໜຶ່ງໃນຫລາຍປັດໄຈໃນການປະເມີນຜົນປະໂຫຍດຂອງຄູ່ແຂ່ງ ໂດຍການນຳໃຊ້ພາກທີ *II* ຂອງຂໍ້ກຳນົດເຫຼົ່ານີ້.

10.2 ປັດໃຈ ດ້ານຫຼັກຖານ ທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ

ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍ ໄດ້ລະບຸໄວ້ວ່າການຍື່ນຂໍການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ ໂດຍບໍ່ບໍລິສຸດໃຈນັ້ນ ກໍ່ແມ່ນເປັນເຫດຜົນທີ່*ຫນັກແຫນ້ນ*ແນ່ນອນ ສຳລັບການປະຕິເສດການຈົດທະບຽນ, ການຈົດທະບຽນດັ່ງກ່າວຄວນຖືກປະຕິເສດຈົນກວ່າຜູ້ຮ້ອງຂໍ ມີຫຼັກຖານຫຼືໄດ້ຮັບການພິສູດຄວາມຊື່ສັດແລະຈິງໃຈ.

ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈນັ້ນ ກໍ່ສາມາດພິສູດໄດ້ໂດຍວິທີການທີ່ຖືກຕ້ອງໃນການພິສູດ. ນັກກວດສອບຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງຢ່າງໜ້ອຍ ສາມປັດໄຈພື້ນຖານໄປພ້ອມໆກັນ ທີ່ຊີ້ໃຫ້ເຫັນເຖິງເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ຊື່ສັດໃນການຍື່ນຄຳຮ້ອງ ຫຼືຄຳຮ້ອງຄັດຄ້ານ. ປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ ປະກອບໄປດ້ວຍສິ່ງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ ແລະກຳນົດເນື້ອໃນອັນສຳຄັນຂອງຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງດັ່ງນີ້:[61]

[61] ສຳລັບເລື່ອງນີ້ ໃຫ້ເບິ່ງຕົວຢ່າງໄດ້ທີ່ ຄູ່ມືສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ພາກ ດີ, ຫມວດ 2, ຂໍ້ 3.3.2.1.

1. ຄວາມຄືກັນ ຫຼື ຄວາມຄ້າຍຄືກັນສູງ ຂອງສັນຍາລັກ
2. ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍ ກ່ອນຫນ້ານີ້ຂອງຜູ້ຍື່ນຄຳຮ້ອງ ຫຼືຜູ້ຂໍຈົດທະບຽນ;
3. ເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ຊື່ສັດໃນການຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນຫຼືຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຄັດຄ້ານ.

1. *ຄວາມຄືກັນ ຫຼື ຄວາມຄ້າຍຄືກັນສູງຂອງສັນຍາລັກ*;

ສຳລັບການຄົ້ນຫາໂດຍບໍ່ບໍລິສຸດໃຈນັ້ນ, ມັນກໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຍື່ນຈົດທະບຽນແລະເຄື່ອງໝາຍທີ່ອ້າງເຖິງ ບົນພື້ນຖານຂອງການຄັດຄ້ານຕ້ອງມີລັກສະນະຄືກັນ ຫຼື ເກືອບວ່າຄືກັນ. ເຖິງແມ່ນວ່າປັດໄຈອັນດຽວນີ້ ອາດຈະສາມາດເປັນຜົນເສຍ ແລະ ອາດຈະບັງເອີນເປັນເຈດຕະນາດີທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນໄດ້, ເຊິ່ງມັນກໍ່ຂຶ້ນຢູ່ກັບຄຸນລັກສະນະສະເພາະຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນທີ່ຖົກຖຽງ ແລະສະຖານະການຂອງກໍລະນີສະເພາະ, ຄວາມຄ້າຍຄືກັນ (ຫຼື ເກືອບຈະເປັນຕົວຕົນ) ຂອງສັນຍາລັກແມ່ນຂໍ້ບົ່ງຊີ້ເບື້ອງຕົ້ນວ່າ ໜຶ່ງໃນບັນດາຝ່າຍຕ່າງໆນັ້ນສາມາດເຂົ້າໄປເຖິງ ແລະ ພະຍາຍາມທີ່ຈະຍາດເອົາ ສັນຍາລັກຂອງອີກຝ່າຍໜຶ່ງ. ລັກສະນະສະເພາະທີ່ເປັນເອກະລັກຫຼືລັກສະນະສະເຫມືອນຫຼືເກືອບວ່າຄືກັນຂອງສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວກໍ່ຄົງຈະບໍ່ເປັນເລື່ອງບັງເອີນຫຼືເກີດຂຶ້ນໄດ້ໂດຍບັງເອີນ.

ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າຫາກว่าสันยาลักที่ยังเป็นข้อถกเถียงนั้นแตกต่างกันอย่างจะแจ้งหรือบ่มีถ้อยคำที่ขัดแย้งกัน, ข้อเท็จจริงนี้ก็บ่สามารถให้การสะหนับสะหนุนให้แก่ການຄົ້ນຫາຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈໄດ້.

2. *ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍກ່ອນໜ້ານີ້ຂອງຜູ້ຍື່ນຄຳຮ້ອງຫຼືຜູ້ຂໍຈົດທະບຽນ.*

ຜູ້ຮ້ອງຂໍຫຼືຜູ້ຄັດຄ້ານຕ້ອງຮູ້ຫຼື ໃນທີ່ຜ່ານມາໄດ້ຮູ້ແລ້ວກ່ຽວກັບການມີຢູ່ ຫຼືກ່ອນການນຳໃຊ້ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນແບບສັບສົນສຳລັບຜະລິດຕະພັນຫຼືບໍລິການທີ່ຄືກັນຫຼືຄ້າຍຄືກັນ.

ກໍລະນີທົ່ວໄປຂອງຄວາມຮູ້ທີ່ມີມາກ່ອນຫນ້ານີ້ ທີ່ກ່ຽວກັບການມີຢູ່ຂອງເຄື່ອງໝາຍກໍ່ແມ່ນວ່າພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງນັ້ນເຄີຍມີການພົວພັນດ້ານທາງການຄ້າຫຼືທຸລະກິດມາກ່ອນ. ຕົວຢ່າງ: ໃນກໍລະນີທີ່ຖ້າຫາກຝ່ຍໜຶ່ງ ແມ່ນຜູ້ຈັດຈຳໜ່າຍ, ຕົວແທນຈຳໜ່າຍ ຫຼື ຕົວແທນ

ການຄ້າຂອງອີກຝ່າຍໜຶ່ງ. ໃນກໍລະນີນີ້, ຝ່າຍນັ້ນກໍ່ບໍ່ສາມາດລະເລີຍຫຼື ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ "ບໍ່ຮູ້" ເຖິງຄວາມເປັນຢູ່ແລະກົດຈະກຳຕົວຈິງຂອງຜູ້ທີ່ຖືເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີມາກ່ອນຫນ້ານີ້ ແລະກົດຈະກຳດັ່ງກ່າວກໍ່ໄດ້ມີມາກ່ອນທີ່ຈະມີການຂໍຈົດທະບຽນຫຼືການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ຂອງຜູ້ຂໍຍື່ນທີ່ບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ.

ຂໍ້ສັນນິຖານຂອງຄວາມຮູ້ ('ຕ້ອງຮູ້ມາກ່ອນ' ຫຼື 'ບໍ່ໄດ້ຮູ້ມາກ່ອນ') ອາດຈະຖືກກຳນົດໄວ້ລ່ວງໜ້າ ກ່ຽວກັບການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງທັງສອງຝ່າຍໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າ ເຊິ່ງສິນຄ້າ ຫຼືການບໍລິການເປັນຂອງຜູ້ໃດໜຶ່ງ ທີ່ເປັນໄປຕາມຄວາມຍາວນານຂອງໄລຍະເວລາ ທີ່ຜູ້ໃຊ້ກ່ອນໜ້ານີ້ (ທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ) ໄດ້ໃຊ້ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວ. ຍິ່ງໄດ້ໃຊ້ເປັນເວລາດົນເທົ່າໃດ, ກໍ່ຍິ່ງເຮັດໃຫ້ຮູ້ດີເຖິງການນຳໃຊ້ຂອງມັນໃນຕະຫລາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວທີ່ມີມາກ່ອນນີ້ນັ້ນໃນຕະຫລາດຕ່າງປະເທດ, ໃນການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ, ຫຼືທາງອິນເຕີເນັດ ກໍ່ແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງກັບການສະແດງໃຫ້ເຫັນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍຢ່າງແທ້ຈິງກ່ອນໜ້ານີ້.

ຄວາມຮູ້ພຽງແຕ່ວ່າອີກຝ່າຍໜຶ່ງໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍສະເພາະໃດໜຶ່ງ ກໍ່ຈະບໍ່ເປັນການສ້າງເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ດີໂດຍອັດຕະໂນມັດ. ບຸກຄົນທີ່ມີຄວາມຊື່ສັດອາດຈະໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ຄ້າຍຄືກັບຄູ່ແຂ່ງແລະອາດຈະປະຕິບັດເພື່ອຈຸດປະສົງທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ ກໍ່ບໍ່ຄວນສັນນິຖານວ່າເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວມີລັກສະນະທີ່ຄືກັນຢ່າງເປັນຮູບປະທຳ.

ນອກຈາກນັ້ນ, ນັກກວດສອບກໍ່ຄວນລະວັງໃນກໍລະນີທີ່ຄວາມສຳພັນທີ່ມີມາກ່ອນຫນ້ານີ້ ລະຫວ່າງຄູ່ສັນຍາທີ່ໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນໂດຍຂໍ້ຕົກລົງຕາມສັນຍາ, ເຊິ່ງອາດຈະມີຜົນບັງຄັບທັງຫມົດຫຼືບາງສ່ວນຫຼືການລະເມີດ ແຕ່ກໍ່ກຳລັງຢູ່ໃນຂັ້ນຕອນການດຳເນີນຄະດີ. ອັນນີ້ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ຄະດີດັ່ງກ່າວສັບສົນຫລາຍຂຶ້ນແລະເຮັດໃຫ້ບໍ່ສາມາດສະຫຼຸບກ່ຽວກັບຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈຂອງຝ່າຍໃດໜຶ່ງ ໄດ້ຢ່າງກົງໄປກົງມາ.

ໃນກໍລະນີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້, ໄດ້ຖືກຕັດສິນໂດຍສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງປະເທດສິງກະ�โป (IPOS), ທີ່ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມບໍ່ຖືກຕ້ອງຂອງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສອງອັນທີ່ໄດ້ຮັບໃນທາງທີ່ບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ. ໃນການຕັດສິນໃຈໃນວັນທີ 19 ພະຈິກ 2018, IPOS ໄດ້ປະກາດວ່າ ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຕໍ່ໄປນີ້ ແມ່ນບໍ່ຖືກຕ້ອງ:[62]

40201606062U

40201606064Y

ສຳລັບ ຜະລິດຕະພັນອາຫານ ທີ່ຈັດຢູ່ໃນຫມວດຫມູ່ 29 ແລະ 30 ຂອງ NCL

IPOS ໄດພົບເຫັນວ່າ ເຈົ້າຂອງທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນນັ້ນ ມີສາຍພົວພັນໃນທາງວຽກງານແລະທາງທຸລະກິດກັບຜູ້ທີ່ຈັດຫາສິນຄ້າຢູ່ຕ່າງປະເທດຂອງລາວ ເຊິ່ງມີເຄື່ອງໝາຍທີ່ລາວໄດ້ຈົດທະບຽນໄປແລ້ວດ້ວຍຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈແລະໄດ້ບິດເບືອນຂໍ້ແທ້ຈິງດ້ວຍການສະແດງຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງກ່ຽວກັບເລື່ອງນີ້. ການຈົດທະບຽນໄດ້ນຳໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກຂໍ້ໄດ້ປຽບໃນຄວາມສຳພັນດັ່ງກ່າວ ເພື່ອຂໍໃຫ້ໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ.

3. ເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ຊື່ສັດ ໃນການຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍ ຈົດທະບຽນ ຫຼື ຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຄັດຄ້ານ.

ເຈດຕະນາຂອງຜູ້ຮ້ອງຂໍ ຫຼືຄູ່ແຂ່ງແມ່ນເປັນເລື່ອງສ່ວນບຸກຄົນແລະສາມາດກວດສອບເບິ່ງໄດ້ໂດຍການອ້າງອີງເຖິງຂໍ້ເທັດຈິງແລະສະຖານະການຕາມຈຸດປະສົງເທົ່ານັ້ນ. ຂໍ້ມູນແລະສະຖານະການດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ອາດຈະໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາ, ຍົກຕົວຢ່າງ:

[62] ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງປະເທດສິງກະ�โป: https://www.ipos.gov.sg/docs/default-source/resources- library/hearings-and-mediation/legal-decisions/2019/mahendra-naidu-v-navin-trading-2019-sgipos-2.pdf.

- ການກະທຳທີ່ມີເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ຊື່ສັດນັ້ນ ອາດຈະສັນນິຖານໄດ້ວ່າ ຖ້າການຍື່ນຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ໄດ້ຖືກຍື່ນຫຼືໄດ້ຮັບໂດຍບໍ່ມີຄວາມສັດຊື່ຕໍ່ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ຖ້າເຄື່ອງໝາຍໄດ້ຖືກຍື່ນຫຼືຈົດທະບຽນເພື່ອຈຸດປະ ສົງການໂອນກຳມະສິດຕໍ່ມາໃນພາຍຫລັງ ເພື່ອຫາຜົນປະໂຫຍດຈາກການເອົາກຳໄລ ແລະ ຜົນຕອບແທນ,

- ມັນກໍ່ອາດຈະຖືໄດ້ວ່າເປັນການກະທຳທີ່ບໍ່ຊື່ສັດ ຖ້າຫາກມັນບໍ່ສາມາດພິສູດໄດ້ດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ຈູງໃຈທີ່ເຫັນຊອບດ້ວຍກົດໝາຍໃດໆ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບຈຸດປະສົງຂອງກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

- ການກະທຳທີ່ມີເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ບໍລິສຸດໃຈນັ້ນ ອາດຈະສັນນິຖານໄດ້ວ່າ ຖ້າເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຍື່ນຫຼືຈົດທະບຽນນັ້ນ ເປັນເຄື່ອງໝາຍ ທີ່ມີຊື່ສຽງຮູ້ຈັກກັນດີຫຼືເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີໃນຂະແໜງການຄ້າຫຼືຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງຜູ້ບໍລິໂພກພາຍໃນປະເທດແລະເປັນຂອງບຸກຄົນອື່ນທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເຊິ່ງດຳເນີນງານໃນບ່ອນດຽວກັນຫຼືໃນປະເທດອື່ນ. ອັນນີ້ກໍ່ສະແດງເຖິງຄວາມພະຍາຍາມທີ່ບໍ່ຍຸດຕິທຳໃນການສວຍໃຊ້ຊື່ສຽງຂອງເຈົ້າຂອງທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ (ເປັນ “ການກະທຳທີ່ໄດ້ປຽບແບບບໍ່ໄດ້ອອກແຮງຫຼືລົງທຶນໃດໆ" ຫຼື "ແຂ່ງຂັນແບບກາຝາກ”).

10.3 ຜົນກະທົບຂອງຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ ຕໍ່ຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

ໃນກໍລະນີທີ່ມີການດຳເນີນການໃນການຄັດຄ້ານຂໍ້ມູນຫຼັກຖານທີ່ໄດ້ສົ່ງມາສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຄຳຮ້ອງຂໍທີ່ຍື່ນມາ ແມ່ນຍື່ນດ້ວຍຄວາບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ, ຂໍ້ເທັດຈິງນີ້ກໍ່ຄວນໄດ້ຮັບການພິຈາລະນາຈາກນັກກວດສອບ ເພື່ອຕັດສິນໃຈວ່າ ຈະປະຕິເສດການຈົດທະບຽນທຸກສ່ວນຫຼືພຽງແຕ່ສ່ວນໃດໜຶ່ງຂອງການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ. ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າການກະທຳໃດໆ ໜຶ່ງໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມບໍ່ຊື່ສັດໃນການຍື່ນເພື່ອຂໍຈົດທະບຽນໃນທີ່ຜ່ານມານັ້ນ, ການຄັດຄ້ານກໍ່ຄວນຖືກປະຕິເສດຢ່າງເຕັມສ່ວນທັງຫມົດຫຼືພຽງແຕ່ບາງສ່ວນ. ໃນກໍລະນີທີ່ກົດໝາຍໄດ້ອະນຸຍາດ, ຄຳຮ້ອງຂໍທີ່ບໍ່ບໍລິສຸດໃຈກ່ອນໜ້ານີ້ ຕ້ອງຖືກປະຕິເສດ, ແລະ ການຈົດທະບຽນກ່ອນໜ້າ ຕ້ອງຖືກຍົກເລີກ ຖ້າມັນຂໍຈົດທະບຽນດ້ວຍ ຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ.

ຜົນກະທົບຂອງຄວາມບໍ່ບໍລິສຸດໃຈ (ຫຼືການຂາດຄວາມຊື່ສັດ) ໃນການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າອາດຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນໄດ້ໃນກໍລະນີຂອງ Birkenstock Orthopaedie GMBH and Co. KG. (ເຊິ່ງແຕ່ກ່ອນນັ້ນແມ່ນລະຫວ່າງ *Birkenstock Orthopaedie GMBH ແລະ Philippine Shoe Expo Marketing Corporation* [63] *ຊຶ່ງໄດ້ຖືກຕັດສິນໂດຍສານປະຊາຊົນສູງສຸດຂອງ ຟິລິບປິນ ໃນປີ 2013)*

ສານໄດ້ຕັດສິນໃນເລື່ອງຕ່າງໆ ທີ່ວ່າຜູ້ຈົດທະບຽນຂອງເຄື່ອງໝາຍດັ່ງກ່າວນັ້ນ ມີເຈດຕະນາທີ່ບໍ່ຊື່ສັດໃນການຈົດທະບຽນດ້ວຍການໃຊ້ຊື່, ເນື່ອງຈາກວ່າ ນິຕິບຸກຄົນອື່ນແມ່ນເປັນເຈົ້າຂອງທີ່ແທ້ຈິງແລະຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ. ໂດຍທີ່ໄດ້ອ້າງອີງໃສ່ການຕັດສິນໃຈຂອງຜູ້ອຳນວຍການ IPOPHL[64] , ສານໄດ້ຕັດສິນວ່າ BIRKENSTOCK, ເຊິ່ງກໍ່ເຫັນໄດ້ຢ່າງຈະແจ້ງว่า ແມ່ນມີຕົ້ນກຳເນີດມາຈາກປະເທດເຍັຍລະມັນ, ມັນເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ໂດດເດັ່ນຢ່າງຈະແจ้ง ແລະ ມີລັກສະນະການອອກແບບທີ່ເຮັດໄປຕາມใจ. ມັນເປັນເລື່ອງທີ່ວ່າທັງສອງຄົນກໍ່ຢູ່ໄກກັນຫຼາຍເກີນໄປທີ່ຄົນສອງຄົນຈະເຮັດເຄື່ອງໝາຍອອກມາໄດ້ແບບດຽວກັນຫຼືຄືກັນໂດຍບັງເອີນ. ການທີ່ໄດ້ມາຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີລັກສະນະສະເພາະສູງ ແລະ ບໍ່ມີຢູ່ທົ່ວໄປ ທີ່ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໂດຍບຸກຄົນອື່ນມາກ່ອນ, ສຳລັບການນຳໃຊ້ໃນສາຍທຸລະກິດອັນດຽວກັນ, ແລະ ບໍ່ໄດ້ມີຄຳອະທິບາຍໃດໆທີ່ເປັນໄປໄດ້ນັ້ນ, ເປັນເລື່ອງທີ່ນ່າເຫຼືອເຊື່ອຫຼາຍ.

ບັນດາເຄື່ອງໝາຍທີ່ໄດ້ຖືກເຮັດຊ້ຳຢູ່ດ້ານລຸ່ມເພື່ອການປຽບທຽບ:

------- o -------

[63] G.R. ສະບັບເລກທີ 194307, ລົງວັນທີ 20 ພະຈິກ. 2013

[64] ປະກາດໃຊ້ໃນວັນທີ 22 ທັນວາ 2009, ເພື່ອອຸທອນຄຳຕັດສິນຂອງສຳນັກງານກົດໝາຍ ລົງວັນທີ 28 ພຶດສະພາ 2008 ໃນຄະດີລວມຫມູ່ລະຫວ່າງປະເທດ. ໝາຍເລກ 14-2007-00108, 14-2007-00115 ແລະ 14-2007-00116

ຄຳເຕືອນຂໍ້ຈຳກັດຄວາມຮັບຜິດຊອບ:
"ສິ່ງຕີພິມເຫລັ້ມນີ້ ໄດ້ຖືກຈັດສ້າງຂຶ້ນໂດຍໄດ້ຮັບການຊ່ວຍເຫຼືອຈາກສະຫະພາບເອີຣົບ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຄວາມຮັບຜິດຊອບຕໍ່ເນື້ອ ໃນຂອງສິ່ງຕີພິມນີ້ແມ່ນລ້ວນແຕ່ແມ່ນຂຶ້ນກັບຜູ້ຂຽນເອງທັງໝົດ. ສິ່ງຕີພິມເຫລັ້ມນີ້ແມ່ນ ບໍ່ສາມາດຖືກນຳມາໃຊ້ເພື່ອສະເຫນີຈຸດຢືນ, ທັດສະນະຄະຕິ ຫຼື ມຸມມອງຂອງສະຫະພາບເອີຣົບໄດ້ສະເຫນີໄປ"

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ I

ການນຳໃຊ້ຂໍ້ກຳນົດດ້ານກົດໝາຍຂອງບັນດາ ປະເທດອາຊຽນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການກວດສອບ ເນື້ອໃນຂອງເຄື່ອງໝາຍ

ສາລະບານ

ບຣູໄນດາຣຸສຊາລາມ **315**

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ (Cap. 98) ປີ 2000 315
ເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າ (ສະບັບປັບປຸງ) ກົດລະບຽບ ປີ 2017 315
ກົດລະບຽບເຄື່ອງໝາຍ ການຄ້າປີ 2000 328
ເຄື່ອງໝາຍ ແລະຊື່ (ການປ້ອງກັນການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ) ກົດໝາຍ (Cap. 94) 329

ກຳປູເຈຍ **331**

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍ, ຊື່ທາງການຄ້າແລະການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ເປັນທຳ ດຳລັດ ວັນທີ 7 ກຸມພາ 2002 - NS / RKM / 0202/006301 331
ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຖິ່ນກຳເນີດ, ວັນທີ 20 ມັງກອນ 2014 334
ດຳລັດວ່າດ້ວຍການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຂອງເຄື່ອງໝາຍ, ຊື່ການຄ້າແລະກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ເປັນທຳ 335
ຄູ່ມືກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ - ກົມຊັບສິນທາງປັນຍາ - ກໍລະກົດ 2013 336

ອິນໂດເນເຊຍ **337**

ກົດໝາຍສະບັບເລກທີ 20 ຂອງປີ 2016 ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍ ແລະ ຖິ່ນກຳເນີດ 337
ການອະທິບາຍກົດໝາຍເລກທີ 20 ຂອງປີ 2016 ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍ ແລະ ຖິ່ນກຳເນີດ 341
ຂໍ້ກຳນົດຂອງລັດຖະບານສະບັບເລກທີ 23 ປີ 1993 ກ່ຽວກັບຂັ້ນຕອນການຂຶ້ນທະບຽນ ເຄື່ອງໝາຍ 344

ລະບຽບການຂອງກະຊວງກົດໝາຍແລະສິດທິມະນຸດ ສະບັບເລກທີ 67/2016 ກ່ຽວກັບ
ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 345

ສປປ. ລາວ 346

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາ (ສະບັບປັບປຸງ) ສະບັບເລກທີ 38/NA,
ວັນທີ 15 ພະຈິກ 2017 348
ຂໍ້ຕົກລົງເລກທີ 753 / ກະຊວງວິທະຍາສາດແລະເຕັກໂນโลຊີ (MOST)
ໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາ
ກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະຊື່ການຄ້າ ວັນທີ 20 ກັນຍາ 2012 353
ປື້ມຄູ່ມືເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ - ກັນຍາ 2003 368

ມາເລເຊຍ 369

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ປີ 1976 - ດຳລັດເລກທີ
(ປັບປຸງຮອດວັນທີ 1 ມັງກອນ 2006) 369
ລະບຽບການກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າປີ 1997 (ຮອດເດືອນກຸມພາ 2011) 382
ຄູ່ມືກົດໝາຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແລະການປະຕິບັດ, ປີ 2003 (ສະບັບທີ 2) 385

ມຽນມາ 386

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ສະບັບເລກທີ 3, ປີ 2019 - 30 ມັງກອນ
2019 386

ຟິລິບປິນ 392

ກົດໝາຍແຫ່ງສາທາລະນະລັດ ສະບັບເລກທີ 8293 - ດຳລັດວ່າດ້ວຍການສ້າງ
ລະຫັດຊັບສິນທາງປັນຍາແລະການສ້າງຕັ້ງສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາ, ໃຫ້ສິດອຳນາດ
ແລະໜ້າທີ່ແລະເພື່ອຈຸດປະສົງອື່ນໆ ຕາມການປັບປຸງໂດຍກົດໝາຍ ແຫ່ງສາທາລະນະລັດ
ສະບັບເລກທີ 9150 (ປີ 2001), ເລກທີ 9502 (ປີ 2008) ແລະ

ກົດໝາຍແຫ່ງສາທາລະນະສະບັບເລກທີ 10372 (ປີ 2013) 392
ກົດລະບຽບແລະຂໍ້ກຳນົດກ່ຽວກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ເຄື່ອງໝາຍການບໍລິການ,
ຊື່ທາງການຄ້າແລະພາຊະນະບັນຈຸທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍຫຼືປະທັບຕາ ປີ 2017 -
ບົດບັນທຶກຄວາມເຂົ້າໃຈຂອງຫ້ອງການ IPOPHL ສະບັບເລກທີ 17-010,
ວັນທີ 7 ກໍລະກົດ 2017 394
ຄູ່ມືໃນການກວດສອບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ
- (ບົດແນະນຳການກວດກາເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ),
ຈັດພິມຄັ້ງທຳອິດ ວັນທີ 1 ທັນວາ 2012 402

ສິງກະ�โป 403

ດຳລັດວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ [Cap. 332, ປີ 2005 ສະບັບປັບປຸງ] 403
ກົດລະບຽບຂອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 418
ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຖິ່ນກຳເນີດ ປີ 2014 419
ປື້ມຄູ່ມືກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 420

ໄທ 421

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ພສ. 2534 ປີ (ປີ 1991),
ທີ່ໄດ້ແກ້ໄຂເພີ່ມເຕີມໂດຍດຳລັດ ວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ (ສະບັບທີ 2)
ພສ. 2543 (ປີ 2000) ແລະດຳລັດວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍ
ການຄ້າ (ສະບັບທີ 3) ພສ. 2559 (ປີ 2016) 421
ແຈ້ງການຂອງກະຊວງການຄ້າ, ວັນທີ 20 ກັນຍາ 2004
ການກຳນົດຊື່ທາງພູມີສາດອີງຕາມມາດຕາ 7 (2)
ຂອງດຳລັດວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 426
ແຈ້ງການຂອງກະຊວງການຄ້າໃນວັນທີ 11 ຕຸລາ 2012
ການກຳນົດລະບຽບການສຳລັບການຈຳແນກຄຸນລັກສະນະ
ໂດດເດັ່ນຕາມມາດຕາ 7(3) ຂອງດຳລັດ ວ່າດ້ວຍເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ 426

ຫວຽດນາມ **428**

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາສະບັບເລກທີ 50/2548 / QH11, ສະບັບປັບປຸງແລະເພີ່ມເຕີມໂດຍກົດໝາຍ ເລກທີ 36/2552 / QH12 ຂອງປີ 2009 428

ດຳລັດສະບັບເລກທີ 103/2006/ND-CP, ວັນທີ 22 ກັນຍາ 2006 ລາຍລະອຽດ ແລະຄຳແນະນຳສຳລັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດພາກສ່ວນຕ່າງໆຂອງກົດໝາຍຊັບສິນທາງປັນຍາ ກ່ຽວກັບຊັບສິນອຸດສາຫະກຳ ສະບັບປັບປຸງແລະເພີ່ມຂຶ້ນໃນດຳລັດສະບັບເລກທີ 122/2010/ND/CP ຂອງ 31 ທັນວາ 2010 436

ຄຳແນະນຳ ສະບັບເລກທີ 01/2007 / TT-BKHCN ວັນທີ 14 ກຸມພາ 2007, ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດດຳລັດ ເລກທີ 103/2006 / ND-CP, ວັນທີ 22 ເດືອນກັນຍາ, 2006 ທີ່ໄດ້ຮັບການດັດແກ້ເພີ້ມເຕີມ ແລະ ເພີ່ມເຂົ້າໃນປີ 2010, 2011, 2013 ແລະ 2016 437

ລະບຽບການ ກ່ຽວກັບ ການກວດສອບໃບຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍ - ຊ້ອນທ້າຍຂອງຂໍ້ຕົກລົງ ສະບັບເລກທີ 709 / QD-SHTT ວັນທີ 29 ເມສາ 2010 ຂອງຫົວໜ້າສຳນັກງານຊັບສິນທາງປັນຍາແຫ່ງຊາດຫວຽດນາມ 452

ASEAN: A Community of Opportunities for All

ASEAN

@ASEAN

@asean

www.asean.org