содержание.

Введение. 3

1. ПОНЯТИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ 5

2. ИЗОБРЕТЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ ПС 10

3. ПОЛЕЗНЫЕ МОДЕЛИ 20

4. ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ 27

5.Фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, наименование мест происхождения товаров. 31

6. НАИМЕНОВАНИЕ МЕСТА ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА 52

7.Фирменное наименование 54

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 55

# Введение.

Вена... 1873 год... Правительство Австро-Венгерской империи организовало международную выставку изобретений. Однако, многие зарубежные государства отказались от участия в этой выставке, не желая показывать свои технические новинки из-за отсутствия правовой охраны изобретения. Поэтому в 1883 году в Париже была созвана дипломатическая конференция заинтересованных государств, на которой была подписана Парижская конвенция промышленной собственности. Парижская конвенция действует и в настоящее время и объединяет в своих рядах более 40 государств мира, в том числе из стран АТР: Австралия, КНДР, Россия, США, Республика Корея, Япония. Понятие "промышленная собственность" иногда неправильно относят к движимому и недвижимому имуществу, используемому для промышленного производства, например: основным фондам, оборудованию. На самом деле - промышленная собственность - это вид интеллектуальной собственности и к ее объектам относятся творения человеческого разума, именуемые в законодательствах различных стран как нематериальные активы. Согласно Парижской конвенции и действующему законодательству объектами промышленной собственности являются: 1) изобретения; 2) полезные модели; 3) промышленные образцы; 4) товарные знаки; 5) знаки обслуживания; 6) фирменные наименования; 7) указания на источник происхождения товара; 8) наименования места происхождения товара; 9) пресечение недобросовестной конкуренции. Первые три типичных для этого вида собственности объекта определяют новые решения технических задач и внешний вид изделий, от которых, в конечном счете, зависит качество изготавливаемой продукции. Остальные объекты создают благоприятные условия для коммерческой реализации товаров и услуг на рынке. Сегодня с уверенностью можно сказать, что благоприятные условия, созданные новым российским патентным законодательством, уже позволяет отечественным предпринимателям эффективно использовать объекты промышленной собственности наряду с другими активами. Например, если в 1994 году в Приморском крае было официально продано несколько лицензий, в основном на патенты по технологии производства и составу спиртных напитков, то в 1995 году их число составило около двух десятков, а технологии относятся к различным сферам производства. Так, например, АО "Дальхимпром" приобрело неисключительную лицензию на состав для покрытий; АО "Уссурийский бальзам" - на новый бальзам; одна из производственно-коммерческих компаний - на способ производства зернового хлеба; Липовецкое шахтоуправление - на устройство для облицовки внутренней поверхности трубопроводов; Компания по производству спецпродуктов питания "Динкома" приобрела несколько патентов на составы безалкогольных напитков. К сожалению, в нашем регионе объекты промышленной собственности используются предпринимателями еще не в полную силу в отличие от центральных районов России. Так, большой интерес для бизнесменов может иметь вопрос уменьшения налогооблагаемой базы при их использовании, что может осуществляться законным путем в двух основных случаях: при внесении объектов промышленной собственности в уставной капитал предприятия или при использовании их на предприятии при производстве и сбыте собственной продукции. Например, экономическая оценка вклада в уставной капитал одного из московских предприятий с иностранным инвестором двух изобретений и одного ноу-хау в области машиностроения, а также товарного знака, разработанных российским учредителем, составила 230 млн. долл. США. В другом случае одна из известных российских фабрик игрушек за счет учета в себестоимости продукции всего двух ноу-хау обеспечила снижение выплачиваемых ею налогов на прибыль более чем на 80%. При внесении в качестве вклада в уставной капитал стоимости права на объект промышленной собственности обеспечивается возможность учредителя не платить денег в процессе оплаты этого вклада. Кроме того, не облагаются НДС все виды платежей, в том числе и дивиденды, предусмотренные зарегистрированным в Роспатенте лицензионным договором на передачу прав на использование вносимого в уставной капитал объекта согласно подпункту "к" п. 13 раздела 5 "Перечня товаров (работ, услуг), освобождаемых от налога на добавленную стоимость". Такого же освобождения от НДС можно добиться, передавая лицензию на право использования товарного знака и технологии – франчайза.

# 1. ПОНЯТИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В современных экономических и политических условиях России все большую роль играют процессы, происходящие в ключевой сфере - интеллектуальной. Эта сфера относится к главнейшим ресурсам государства, его научно-техническому потенциалу.

*Интеллектуальная собственность* (ИС) включает в себя две сферы прав - промышленная собственность (ПС) и авторское и смежное право.
*К промышленной собственности* относятся права на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки и знаки обслуживания, фирменные наименования и указания происхождения или наименования места происхождения товаров.
*К авторскому праву относятся* права на литературные, музыкальные, художественные, фотографические и аудиовизуальные произведения. Непосредственным результатом ИС человека является создание технических решений (изобретений), художественно-конструкторских решений (промышленных образцов), а также научных, литературных и художественных произведений. Все перечисленные результаты интеллектуальной деятельности человека имеют нематериальный характер, то есть ИС по существу устанавливает правовой режим охраны нематериальных объектов, устанавливает абсолютное право, дающее возможность субъекту (обладателю права) вводить объект в хозяйственный оборот. Законодательства всех стран четко оговаривают условия, соблюдение которых необходимо для получения правовой охраны объектов ПС. Для предоставления правовой охраны объектам ПС необходимо оформление и подача заявок в специализированный правительственный орган (в РФ - ВНИИ Государственной патентной экспертизы). При этом требования к содержанию и форме представления заявок строго регламентированы. Оформленные заявки на получение правовой охраны подлежат экспертизе на соответствие условиям патентоспособности (охраноспособности). При положительных результатах от имени государства осуществляется выдача охранных документов (патентов или свидетельств).

**Патент** - документ, выданный уполномоченным патентным ведомством страны и удостоверяющий право его владельца в течение определенного срока использовать предмет своего патента, и в том числе право отстранять (исключать) третьих лиц от любой формы использования запатентованного объекта без разрешения патентовладельца.

Во всех случаях о факте возникновения правовой охраны изобретения, промышленного образца, товарного знака производится публикация в официальных бюллетенях.

Таким образом, специфика объектов ПС требует строгой регламентации формы и содержания их изложения и обуславливает официальный (государственный) порядок регистрации государственным органом. В Российской Федерации - это Патентный закон и Закон об охране товарных знаков, знаков обслуживания и наименования мест происхождения товаров, принятые в 1992 году.

Отношения, возникающие в связи с созданием и использованием произведений науки, литературы и искусства, фонограмм, исполнений, постановок, передач эфирного или кабельного вещания, регулируются в РФ Законом об авторском праве и смежных правах. Он вступил в силу 3 августа 1993 года. Следует особо выделить два объекта, являющихся наиболее близкими по своей сущности к объектам авторского права, охрана которых, однако, осуществляется в РФ в соответствии со специальными законами. Это технологии интегральных микросхем и компьютерных программ и баз данных. Соответствующие Законы "О правовой охране топологий интегральных микросхем" и "О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных" (октябрь 1993 года).

**Краткая история развития законодательства в области ИС**

Конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), была подписана в Стокгольме в 1967 году и вступила в силу в 1979 году. Однако начало создания ВОИС относится к 1883 году, когда была принята знаменитая Парижская конвенция по охране ПС, и к 1886 году, когда была принята Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений.

Причиной заключения этих международных соглашений явилось то, что на протяжении прошлого века было весьма трудно добиться охраны прав на ПС одновременно в нескольких странах в связи с разницей в национальных законодательствах. Кроме того, заявки на получение охранного документа должны были подаваться во всех странах примерно в одно и тоже время, чтобы избежать публикации в одной стране и тем самым лишить изобретение новизны в других странах.

Во второй половине прошлого столетия все большее число стран создавало системы охраны изобретений и вместе с тем все шире развивался межгосударственный технологический обмен и росла международная торговля. Так что назрела необходимость унифицировать законодательство о ПС на международном уровне.

После двух международных конгрессов (в Вене в 1873 году и в Париже в 1878 году) был подготовлен окончательный проект международного союза по охране ПС, одобренный и подписанный на дипломатической конференции в Париже в 1883 году.

Положения Парижской конвенции включали правила, касающиеся материального права, приоритета, положения относительно административной структуры.

Одновременно и параллельно назревала необходимость охраны авторского права. Эти вопросы в какой-то степени начали разрешаться в середине XIX века охраной на основе двухсторонних договоров, но эти договоры не были ни достаточно всеобъемлющими, ни единообразными. Потребность в их унификации привела к формулированию и принятию 9 сентября 1886 года Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений, которая является старейшим международным договором в области авторского права. Парижская и Бернская конвенции - два основных инструмента, посредством которых устанавливается режим охраны ИС. ВОИС представляет собой межправительственную организацию и является одним из 16 специализированных учреждений, входящих в состав ООН. Число государств-участников ВОИС в настоящее время достигло 147.

На ВОИС возложена задача содействия охране ИС во всем мире путем сотрудничества между государствами и обеспечения административного управления различными региональными организациями, каждая из которых образована на основе многосторонних договоров и занимается правовыми и административными аспектами ИС.

Создатель интеллектуального продукта, вложивший свой труд, свой талант в техническое воплощение идеи, направленной на удовлетворение определенной потребности человеческого общества, вправе рассчитывать на получение моральной и материальной компенсации. Возможность определения стоимости интеллектуального продукта, условий его распространения, осуществления и реализации объективно позволяет приравнять такой продукт к товару и, следовательно, определить круг лиц, обладающих правами владения, распоряжения и использования этого изобретения. Восприятие интеллектуального продукта как категории собственности, введение специального ее обозначения в мировой практике как ПС, понимание необходимости ее охраны и защиты стало значительным шагом в развитии общества, позволило законодательно регулировать правоотношения, связанные с созданием, правовой охраной и использованием изобретений и других интеллектуальных продуктов.

В России первым законом об охране ИС явился манифест императора Александра I от 1812 года "О привлечении на разные изобретения и открытия в художествах и ремеслах", в котором впервые было определено, что они как собственность принадлежат его владельцу, имеющему исключительное право на их использование.

**Открытия**

Особым объектом ИС являются научные открытия, поскольку ни одно национальное законодательство и ни один международный договор не дают каких-либо исключительных прав на собственность и на использование научных открытий.
В нашей стране ранее действовавшие Основы гражданского законодательства содержали специальные разделы о правовой охране открытий. Коткрытиям **относили установление ранее неизвестных объективно существующих закономерностей, свойств и явлений материального мира.**
Новые Основы гражданского законодательства исключили права на открытие из сферы гражданского права, так как открытие представляет собой результат углубленного познавательного процесса, а не создание творческого продукта, способного быть предметом имущественного оборота.
Открытие должно обладать абсолютной мировой новизной на дату приоритета и быть достоверным. Достоверность открытия проявляется в том, что выявленное автором закономерность, свойство или явление, составляющие предмет открытия, действительно существуют.
На открытие выделяется диплом, удостоверяющий признание, приоритет и авторство на открытие. В случае соавторства, диплом выдается каждому из соавторов с указанием в нем других соавторов.

Важно отметить, что термин «интеллектуальная собственность» имеет условный характер и применяется в законодательстве (в том числе в российском) потому, что такая терминология является общепринятой как в странах континентального, так и в странах общего права. Конечно, никакого права собственности на такие объекты, как товарный знак, изобретение, фирменное наименование или произведение науки, литературы и искусства быть не может. Объектом права собственности могут быть те материальные, вещественные носители, на которых зафиксированы соответствующие тексты, графические изображения, изложено ставшее изобретением техническое решение и т.д. Что же касается тех объектов, о которых принято говорить как об объектах интеллектуальной, в том числе промышленной собственности, то они по своей природе не могут быть объектами тех же правовых отношений, которые складываются по поводу объектов вещественных.[[1]](#footnote-1)

Термин «промышленная собственность» условен, так как имеет отличия от общепринятого понятия собственности на различные виды имущества. К тому же объекты «промышленной» собственности применяются не только в промышленности, но и в сельском хозяйстве, здравоохранении, торговле, сфере обслуживания.

С правом собственности на различные виды имущества право промышленной собственности внешне сходно тем, что патентообладатель, как и собственник, вправе владеть, пользоваться и распоряжаться изобретением, товарным знаком или промышленным образцом, сам патент обладает меновой стоимостью и поэтому оборотоспособен (патент можно продать), патентообладатель имеет право на защиту от нарушений его правомочий со стороны любых лиц. Права патентообладателя, как и собственника имущества, носят монопольный характер. Отличия права промышленной собственности от права собственности заключаются в следующем: патентом охраняются права не на имущество, а на результаты духовного творчества; права патентообладателя ограничены во времени сроком действия патента.[[2]](#footnote-2)

В соответствии с Парижской конвенцией по охране ПС ее объектами (абз.2, ст.1) признаются изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, фирменные наименования и указания мест происхождения товаров. Все отношения, связанные с ними, в России регулируются патентным законом РФ, законом РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров", а также межправительственными соглашениями, международными договорами и другими нормативными актами.

# 2. ИЗОБРЕТЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ ПС

Среди объектов ПС центральное место занимают изобретения. Во-первых потому, что их количество значительно превосходит число других видов ПС. В этом смысле лишь товарные знаки могут быть сопоставлены с изобретениями. Во-вторых, при нарушениях патентов на изобретения санкции за это, как правило, бывают более значительными для нарушителя. В-третьих, изобретение, являясь воплощением новых технических идей, нередко определяют и конкурентоспособность того объекта техники, в котором они воплощены. И, наконец, только с помощью патентов на изобретения можно защитить новые способы, то есть технологические процессы. А именно новые технологии играют решающую роль в современном производстве и его развитии.
В патентных законах большинства стран (кроме Японии и еще нескольких стран) не содержится конкретного определения понятия изобретения. В основном даются лишь критерии патентоспособности объекта, при наличии которых он может получить патентную защиту в качестве изобретения. На практике такими критериями обычно являются новизна, неочевидность данного технического решения (изобретательский уровень), осуществимость промышленным путем. При этом в большинстве случаев имеется в виду так называемая мировая новизна, то есть данное техническое решение не должно быть известным на его приоритетную дату из любых источников как в стране, так и за ее пределами, доступных неограниченному кругу лиц. Это последнее условие является во всех случаях обязательным - заявленному решению нельзя противопоставить (и на его основании отказать в выдаче патента) такой источник, который доступен лишь определенным лицам в силу их служебного положения, либо по другим причинам. Еще одной особенностью изобретения является то, что оно не должно быть только новой идеей, хотя и очень интересной. Для получения патентной защиты оно должно быть конкретным техническим решением, пригодным для реального (или перспективного) осуществления этой идеи. Таким образом, можно определить понятие изобретения.
**Изобретение** - техническое решение задачи, обладающее новизной, неочевидностью (изобретательским уровнем) и пригодное к осуществлению промышленным путем.
Исключительное право патентообладателя на изобретение действует в течение 20 лет.

Общий уровень изобретательского творчества, то есть оценку создаваемых технических решений, которые признаются изобретениями и соответственно получают патентную охрану в тех или иных странах, можно представить следующим образом.
**Первая категория** - изобретения (но не открытия, которые не являются в прямом смысле техническими решениями), которые по своему значению открывают собой совершенно новое направление в техническом прогрессе (например, изобретение радио). Чаще всего такие изобретения создаются на основе сделанных открытий. Число таких изобретений невелико.
**Вторая категория** - изобретения, открывающие собой новые поколения объектов техники или даже новый вид техники. Примером может служить замена механического телевидения электронным, смена поколений ЭВМ и т.п. Это хотя и не очень большая группа изобретений (не более нескольких процентов), однако очень важная. Изобретения эти весьма конкурентоспособны (причем обычно на длительный период времени), но для своей реализации требуют немало времени и средств. Базируются они обычно на дальнейшем развитии изобретений первой категории.
**Третья категория** - это те изобретения, на основе которых создаются новые объекты техники в пределах данного поколения (например, цветные телевизоры уже не ламповые, а на полупроводниковых и интегральных микросхемах). Реализация данных изобретений при наличии необходимой базы (научной и производственной) требует существенно меньше времени и средств, но зато в самой высокой степени повышает конкурентоспособность продукции. Доля таких изобретений в общем числе нередко доходит до 15-20%.
**Четвертая категория** - изобретения, направленные на модернизацию, совершенствование или иной вид улучшения объектов третьей категории, которые еще не утратили своего значения на рынке, сохраняют тенденции дальнейшего развития в определенных пределах и потому еще не потеряли конкурентоспособности , особенно если их совершенствование идет на базе прогрессивных изобретений, заметно повышающих потребительские свойства соответствующего объекта техники. Доля подобных изобретений в промышленно развитых странах составляет не менее 30-40% от общего числа.
**Пятая категория** - это такие технические решения, которые по своей сущности направлены на поддержание и сохранение объектов техники, уже теряющих свое значение на рынке ввиду своей бесперспективности и потери конкурентоспособности (например, ламповые телевизоры). Подобные изобретения способны поддержать спрос на этот или иной товар на некоторое время, но предотвратить безнадежное устаревание продукции, в которой они реализуются, уже не в состоянии.

В качестве изобретений могут получить патентную защиту такие объекты техники, как устройства, способы и вещества, а также их применение по новому для данных объектов назначению. Кроме того объектом изобретения могут быть и новые штаммы микроорганизмов.
**Устройство** - сооружение, изделие, являющееся конструктивным элементом или совокупностью конструктивных элементов, находящихся в функционально-конструктивном единстве.
**Способ** - процесс выполнения взаимосвязанных действий, необходимых для достижения поставленной цели.
**Косвенная защита** - положение, при котором патент, выданный на способ изготовления продукта, распространяется и на сам продукт, полученный непосредственно данным способом.
Все способы, которые получают патентную защиту, можно разделить на две следующие группы:
1) способы, представляющие собой технологические процессы и применяемые для изготовления конкретной промышленной продукции;
2) способы, используемые при эксплуатации продукции и являющиеся по существу способами действия, поскольку с их помощью продукция непосредственно не производится, хотя без их применения ее изготовить трудно, а иногда и не возможно.
К этой же группе относятся способы разведки полезных ископаемых, способы диагностики и лечения болезней и многие другие широко применяемые способы. Однако назвать их технологическими процессами изготовления продукции нельзя.
Таким образом, косвенная защита касается способов первой группы, используемых непосредственно для изготовления продукта, и нарушение прав патентов встречается в этой области наиболее часто.
**Вещество** - искусственно созданное материальное образование, являющееся совокупностью взаимосвязанных элементов или ингредиентов.
На те вещества, которые существуют в природе в естественном виде (минеральное сырье, нефть и др.), патенты нигде не выдаются.
Кроме устройств, способов и веществ патенты могут выдаваться и на их применение в новом, другом качестве, которое ранее не было известно и не предусмотрено при их создании.
**Изобретение на применение** - новое, неизвестное ранее использование по другому назначению уже защищенных устройств, способов или веществ, дающее положительный эффект.
Например, красный стрептоцид был изобретен и запатентован как красящее вещество. Однако впоследствии выяснилось, что он является и очень эффективным лекарством, и на его применение был выдан патент.
**Штаммы микроорганизмов** - поддерживаемые отбором по специфическим признакам наследственно - однородные культуры бактерий, вирусов, грибов и т.п., продуцирующие полезные в применении вещества или обладающие иными полезными свойствами.

Согласно Патентному закону РФ *не признаются изобретениями*:

научные теории и математические методы;

методы организации и управления хозяйством;

условные обозначения, расписания, правила;

методы выполнения умственных операций;

алгоритмы и программы для вычислительных машин;

проекты и схемы планировки сооружений, зданий и территорий;

решения, касающиеся только внешнего вида изделий, направленные на удовлетворение эстетических потребностей;

топологии интегральных микросхем;

сорта растений и породы животных;

решения, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали (например, конструкции отмычек).

Изобретения могут быть основными, дополнительными и служебными.
**Основное изобретение** - это изобретение, юридически не связанное с какими-либо другими изобретениями, может применяться самостоятельно без каких-либо других технических решений.
**Дополнительное** - изобретение, представляющее собой усовершенствование другого, ранее предложенного решения или даже его части, которое не может быть использовано без его применения. Дополнительное изобретение связано с основным как юридически, так и технически.
**Служебное** - это изобретение, созданное в связи с выполнением служебной задачи.

**СОСТАВЛЕНИЕ И ПОДАЧА ЗАЯВКИ НА ВЫДАЧУ ПАТЕНТА НА ИЗОБРЕТЕНИЕ**

В соответствии с Патентным законом РФ заявку может подать автор, работодатель или их правопреемник (далее - заявитель). Право на подачу заявки возникает у автора в том случае, если изобретение создано не в связи с выполнением им своих служебных обязанностей или получением от работодателя конкретного задания, то есть изобретение не является служебным. А также в случае, если изобретение служебное, но договор между автором и работодателем предусматривает право автора на получение патента, или если работодатель в течение четырех месяцев с даты уведомления его автором о созданном служебном изобретении не подаст заявку, не переуступит право на подачу заявки другому лицу и не сообщит автору о сохранении изобретения в тайне.
Каждое лицо, которому по указанным условиям принадлежит право на подачу заявки, может реализовать его. При этом все физические лица, проживающие за пределами РФ, и иностранные юридические лица обязаны подавать заявки только через патентных поверенных.
В настоящее время отклонением от данного правила является результат, достигнутый на основе двухсторонних соглашений, предусматривающий взаимное патентование ПС без участия патентных поверенных, заключенных между правительствами РФ и почти всех республик - бывших субъектов СССР.
В соответствии с Законом заявка на изобретение должна содержать заявление о выдаче патента, описание изобретения, формулу изобретения, чертежи и иные материалы, если они необходимы для понимания сущности изобретения, а также реферат. К заявке прилагается документ, подтверждающий наличие оснований для освобождения от уплаты пошлины, а также для уменьшения ее размера.
При подготовке документов заявки следует руководствоваться не только Патентным законом, но и Правилами, так как именно этот нормативный документ содержит указанные требования в полном объеме.
Заявление о выдаче патента играет большое значение. Это единственный документ заявки, из которого следует, кем подается заявка и на чье имя испрашивается патент, то есть кому будет принадлежать исключительное право на изобретение в случае признания его патентоспособным.
Следующим документом заявки является описание изобретения. Требования в отношении структуры описания традиционны не только для отечественной практики, но и с точки зрения многих зарубежных патентных законодательств. Описание содержит область техники, к которой относится изобретение, сущность изобретения, перечень фигур чертежей и иных материалов (если они прилагаются) и сведения, подтверждающие возможность осуществления изобретения.
Следующий документ - **формула изобретения** - это краткая словесная характеристика, выражающая техническую сущность изобретения и содержащая только существенные признаки. Существенными признаками изобретения являются признаки, влияющие на достигаемый технический результат, то есть находящиеся в причинно-следственной связи с данным результатом.
Значение формулы изобретения состоит в том, что она определяет границы изобретения, то есть границы прав патентообладателя и соответственно - объем правовой охраны; служит средством отличия объекта изобретения от других объектов или, напротив, средством для определения сходства при установлении факта использования изобретения и, наконец, формула дает краткую, но достаточную для специалиста информацию о прогрессе в данной области. Соответственно продукт признается изготовленным с использованием запатентованного изобретения, если в нем использован каждый признак, включенный в независимый пункт формулы.
Одним из требований к заявке, особо выделенным Законом, является требование единства изобретения, в соответствии с которым заявка должна относиться к одному изобретению или группе изобретений, связанных между собой настолько, что они образуют единый изобретательский замысел. Чтобы требование единства изобретения оказалось соблюденным, достаточно, чтобы в группу были включены изобретения, одно из которых предназначено для получения или для осуществления либо для использования другого.
**Приоритет изобретения** - первенство по времени, дата поступления правильно оформленной заявки в Патентное ведомство.
Все вопросы, связанные с приоритетом изобретения, рассмотрены в статье 19 Закона. В соответствии со статьей 20 Закона заявитель может по своей инициативе внести в материалы заявки исправления и уточнения.

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАЯВОК НА ИЗОБРЕТЕНИЕ**

В России действует отсроченная экспертиза заявок на изобретения.

Рассмотрение заявки в Патентном ведомстве осуществляется в два этапа, первый из которых включает формальную экспертизу, второй - экспертизу заявки по существу.
Формальная экспертиза начинается по истечении двух месяцев со дня подачи заявки (если от заявителя не поступило ходатайство об ускорении срока рассмотрения). Она включает проверку соблюдения требований к составу и оформлению документов; а также выявление очевидных нарушений, касающихся требований единства и очевидной принципиальной непатентоспособности изобретения.
После завершения формальной экспертизы заявителю направляется уведомление о ее положительном результате или решение об отказе в выдаче патента (последнее направляется при установлении принципиальной непатентоспособности изобретения).
Второй этап рассмотрения заявки - экспертиза по существу - проводится только при наличии соответствующего ходатайства заявителя, которое он имеет право подать в течение трех лет. Непоступление ходатайства о проведении экспертизы по существу в указанный срок рассматривается как основание для того, чтобы заявку считать отозванной. Таким образом, заявителю предоставлено право после подачи заявки не только дополнительно определить целесообразность испрашивания правовой охраны на заявленной изобретение, но и самому установить время начала проведения экспертизы заявки по существу, если целесообразность получения патента все же подтвердится.

На этом этапе рассматриваются такие вопросы, как приоритет изобретения, проверка формулы изобретения, а также проверка патентоспособности изобретения.

В алгоритм экспертизы заявки по существу заложена диалоговая форма общения эксперта с заявителем. На любом этапе экспертизы заявителю может быть направлен запрос с предложением представить недостающие сведения или высказать свое мнение относительно какого-либо вопроса. Ответ на такой запрос заявитель должен представить в течение двух месяцев с даты получения запроса.

В результате рассмотрения заявки на стадии экспертизы по существу принимается решение об отказе в выдаче патента или о выдаче патента с формулой, предложенной заявителем. Последовательность проверки патентоспособности изобретения предусматривает установление сначала соответствия его условию "промышленная применимость", а затем условиям - "новизна" и "изобретательский уровень". Это связано с тем, что последние два условия требуют проведения трудоемкого информационного поиска. Требование промышленной применимости отвечает не за целесообразность использования, а лишь за принципиальную возможность использования. Слово "промышленная" понимается в самом широком смысле и распространяется на сельскохозяйственное производство и др. Патентная охрана может иметь смысл и для изобретений, которые реализуются лишь однократно в специфических, неповторимых условиях, например, при подъеме конкретного затонувшего судна. Законодательство не предъявляет к патентоспособному изобретению требования многократной воспроизводимости. Требование новизны предъявляется всеми патентными законами стран мира и международными соглашениями в сфере охраны объектов ПС.

Изобретение является новым, если оно не известно из уровня техники. Уровень техники включает любые сведения, ставшие общедоступными в мире до даты приоритета изобретения. Важной особенностью новизны является то, что в уровень техники при проверке условия патентоспособности включаются и некоторые сведения, еще не ставшие общедоступными до даты приоритета рассматриваемого изобретения. Источниками таких сведений являются все имеющие более ранний приоритет заявки на изобретения и полезные модели, поданные в РФ другими лицами (кроме отозванных), а также имеющие более ранний приоритет запатентованные в РФ изобретения и полезные модели. Наконец, использование новизны как условия патентоспособности изобретения в соответствии с Патентным законом РФ имеет особенность, связанную с наличием нормы о "льготном периоде".

Проверка изобретательского уровня

Изобретение имеет изобретательский уровень, если оно для специалиста явным образом не следует из уровня техники. Смысл этого условия поясняется в Правилах: "Изобретение признается соответствующим условию изобретательского уровня, если не выявлены решения, имеющие признаки, совпадающие с его отличительными признаками, или такие решения выявлены, но не подтверждена известность влияния отличительных признаков на указанный заявителем технический результат".

Подача заявок в зарубежные страны

Патент, выданный в соответствии с Патентным законом РФ, гарантирует правовую охрану объекту ПС только на территории РФ. В случае если имеется необходимость в получении правовой охраны на территории другого государства, следует подать заявку в патентное ведомство этого государства. При зарубежном патентовании изобретений, созданных в РФ, необходимо соблюдать требование, которое заключается в предварительной подаче заявки в Роспатент. При этом подача заявки в зарубежное ведомство осуществляется не ранее, чем через 3 месяца после подачи такой заявки в РФ.

Особенности патента

Одной из особенностей патента является то, что он действует только на территории той страны, патентным ведомством которой он выдан. Исключение составляют так называемые региональные патенты, выданные уполномоченным региональным патентным ведомством стран - участниц соответствующего регионального соглашения. При этом патент действует на территории каждой из этих стран, но после регистрации его в национальном патентном ведомстве соответствующей страны. К концу 1992 г. зарегистрировано 3 таких соглашения.
Региональное патентное ведомство - патентное ведомство, уполномоченное странами - участницами регионального соглашения совершать юридически значимые действия в отношении заявок и охранных документов на объекты ПС.
**Европейское патентное ведомство** (ЕПВ) - патентное ведомство, находящееся в г. Мюнхене (Германия) и осуществляющее упомянутые выше действия в отношении стран - участниц Соглашения о Европейском патенте: Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Греции, Дании, Испании, Италии, Лихтенштейна, Люксембурга, Нидерландов, Франции, Швеции, Швейцарии (страны по состоянию на сентябрь 1992 г.)
Патентное ведомство стран - участниц (сентябрь 1992) Африканской организации интеллектуальной собственности (АОИС) (чаще употребляется русифицированная французская аббревиатура АОПИ) - патентное ведомство, находящееся в г. Яунде (Камерун) и осуществляющее упомянутые выше действия в отношении стран - участниц АОИС: Бенина, Буркина-Фасо, Габона, Гвинеи, Камеруна, Конго, Кот-д-Ивуара, Мавритании, Мали, Нигера, Сенегала, Того, ЦАР и Чад.
Патентное ведомство стран - участниц Африканской региональной организации ПС (АРОПС) (чаще употребляется русифицированная французская аббревиатура АРИПО) - патентное ведомство, находящееся в г. Харари (Зимбабве) и осуществляющее упомянутые выше действия в отношении Ботсваны, Ганы, Замбии, Зимбабве, Кении, Лесото, Малави, Свазиленда, Судана и Уганды.
**Региональный патент** - патент, выданный одним из региональных патентных ведомств и действующий на территории каждой страны - участницы данного регионального соглашения при условии его регистрации в национальном патентном ведомстве соответствующей страны.
При этом следует иметь в виду, что право подачи заявки в то или иное региональное патентное ведомство имеет заявитель любой страны (в этом смысле региональные соглашения являются открытыми) и в случае выдачи патента приобретает соответствующие права в странах соглашения, зарегистрировавших этот патент.
Другой характерной особенностью патента является ограниченный срок его действия, продолжительность которого устанавливается патентным законом страны. В настоящее время срок действия патента на изобретения в разных странах составляет от 15 до 20 лет. Например, в США - 17 лет, в России - 20 лет, причем, как правило, этот срок не продлевается. Почти во всех странах по истечении срока действия патента запатентованный объект может уже использоваться любыми лицами без согласия бывшего владельца этого патента.
Исключение в этом отношении составляют товарные знаки и знаки обслуживания, срок действия охранных документов на которые может продлеваться сколько угодно раз. В этом смысле охрана знаков практически может быть бессрочной, причем фирмы очень редко отказываются от своих знаков и продления сроков их действия.

# 3. ПОЛЕЗНЫЕ МОДЕЛИ

Патентным Законом РФ введен новый объект изобретательского творчества – "полезная модель". Первый закон о полезных моделях был принят в 1891 году в Германии.

К полезным моделям относится конструктивное выполнение средств производства и предметов потребления, а также их составных частей. Полезная модель – это техническое решение, не отвечающее по своему уровню требованиям, предъявляемым к изобретениям. В частности, полезная модель может вносить изменения и усовершенствования в конструкцию машин.

Для признания решения полезной моделью не обязательно наличие изобретательского уровня (т.е. качественного уровня творческой идеи, заключенной в изобретении). Именно по этому параметру проводится различие между изобретениями и полезными моделями. Полезные модели часто называют "малыми изобретениями".

Условиями предоставления правовой охраны полезными моделями являются:

новизна;

промышленная применимость.

В качестве полезной модели, как правило, охраняются производственная аппаратура, изделия, предметы производства, компоновка изделий, а также их части. Кроме того, в качестве полезной модели могут охраняться форма и расположение частей изделия, электрические схемы, если они выполняют технические функции.

Не могут признаваться полезными моделями:

способы;

вещества;

штаммы микроорганизмов и культуры клеток растений и животных.

Правовой формой охраны полезных моделей является свидетельство, которое действует в течении 5 лет, считая с даты поступления в патентное ведомство. Действие свидетельства на полезную модель, продлевается Патентным ведомством по ходатайству патентообладателя, но не более чем на 3 года.

В настоящее время правовая охрана полезных моделей предусматривается также по законодательству ряда развитых зарубежных стран (Япония, Германия, Италия, Испания).

Права на полезную модель охраняет Патентный закон и подтверждает *свидетельство на полезную модель*, удостоверяющее приоритет, авторство полезной модели и исключительное право на ее использование.

Свидетельство на полезную модель действует в течение пяти лет, считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство. Действие свидетельства на полезную модель продлевается Патентным ведомством по ходатайству патентообладателя, но не более чем на три года.

Объем правовой охраны, предоставляемой свидетельством на полезную модель, определяется ее формулой.

Правовая охрана в соответствии с Патентным законом не предоставляется полезным моделям, признанным государством секретными. Порядок обращения с секретными изобретениями, полезными моделями, промышленными образцами регулируется специальным законодательством Российской Федерации

Не признается обстоятельством, препятствующим признанию патентоспособности полезной модели, такое раскрытие информации, относящейся к полезной модели, автором, заявителем или любым лицом, получившим от них прямо или косвенно эту информацию, при котором сведения о сущности полезной модели стали общедоступными, если заявка на полезную модель подана в Патентное ведомство не позднее шести месяцев с даты раскрытия информации. При этом обязанность доказывания данного факта лежит на заявителе.

**Подача заявки на выдачу свидетельства на полезную модель.**

1. Заявка подается автором, работодателем или их правопреемником в Патентное ведомство.

Заявление о выдаче патента представляется на русском языке. Прочие документы заявки представляются на русском или другом языке. Если документы заявки представлены на другом языке, к заявке прилагается их перевод на русский язык. Перевод на русский язык может быть представлен заявителем в течение двух месяцев после поступления в Патентное ведомство заявки, содержащей документы на другом языке.

Заявка может быть подана через патентного поверенного, зарегистрированного в Патентном ведомстве. Физические лица, проживающие за пределами Российской Федерации, или иностранные юридические лица либо их патентные поверенные ведут дела по получению патентов и поддержанию их в силе через патентных поверенных, зарегистрированных в Патентном ведомстве. Полномочия патентного поверенного удостоверяются доверенностью, выданной ему заявителем. Требования к патентному поверенному, порядок его аттестации и регистрации определяются Положением о патентных поверенных, утверждаемым постановлением Правительства Российской Федерации.

2. Заявка на выдачу свидетельства на полезную модель (далее - заявка на полезную модель) должна относиться к одной полезной модели или группе полезных моделей, связанных между собой настолько, что они образуют единый творческий замысел (требование единства полез­ной модели).

3. Заявка на полезную модель должна содержать:

заявление о выдаче свидетельства с указанием автора (авторов) полезной модели и лица (лиц), на имя которого (которых) испрашивается свидетельство, а также их местожительства или местонахождения;

описание полезной модели, раскрывающее ее с полнотой, достаточной для осуществления;

формулу полезной модели, выражающую ее сущность и полностью основанную на описании;

чертежи;

реферат.

К заявке на полезную модель прилагается документ, подтверждающий уплату пошлины в установленном размере или основания для освобождения от уплаты пошлины, а также для уменьшения ее размера.

4. Требования к документам заявки на полезную модель устанавливаются Патентным ведомством.

**Приоритет полезной модели.**

1. Приоритет полезной модели устанавливается по дате поступления в Патентное ведомство заявки, содержащей заявление о выдаче свидетельства, описание, формулу и чертежи.

2. Приоритет может быть установлен по дате подачи первой заявки в государстве - участнике Парижской конвенции по охране промышлен­ной собственности (конвенционный приоритет), если заявка на полезную модель поступила в Патентное ведомство в течение двенадцати месяцев. Если по не зависящим от заявителя обстоятельствам заявка с испрашиванием конвенционного приоритета не могла быть подана в указанный срок, этот срок может быть продлен, но не более чем на два месяца.

Заявитель, желающий воспользоваться правом конвенционного приоритета, обязан указать на это при подаче заявки или в течение двух месяцев с даты поступления заявки в Патентное ведомство и приложить копию первой заявки или представить ее не позднее трех месяцев с даты поступления заявки в Патентное ведомство.

3. Приоритет может быть установлен по дате поступления дополнительных материалов, если они оформлены заявителем в качестве самостоятельной заявки, которая подана до истечения трехмесячного срока с даты получения заявителем уведомления Патентного ведомства о невозможности принятия во внимание дополнительных материалов в связи с признанием их изменяющими сущность заявленного решения.

4. Приоритет может быть установлен по дате поступления в Патентное ведомство более ранней заявки того же заявителя, раскрывающей эту полезную модель, если заявка, по которой испрашивается такой приоритет, поступила не позднее шести месяцев - более ранней заявки на полезную модель. При этом более ранняя заявка считается отозванной.

Приоритет может быть установлен на основании нескольких ранее поданных заявок с соблюдением для каждой из них указанных условий.

Приоритет не может устанавливаться по дате поступления заявки, по которой уже испрашивался более ранний приоритет.

5. Приоритет полезной модели по выделенной заявке устанавливается по дате поступления в Патентное ведомство раскрывающей ее первоначальной заявки, если выделенная заявка поступила до принятия по первоначальной заявке решения об отказе в выдаче свидетельства, возможности обжалования которого исчерпаны.

В течение двух месяцев с даты поступления заявки заявитель имеет право внести в ее материалы исправления и уточнения без изменения сущности заявленной полезной модели.

**Рассмотрение заявки**

*Экспертиза заявки на полезную модель*

1. При экспертизе заявки на полезную модель проверка соответствия условиям патентоспособности, по аналогии с условиями патентоспособности изобретения, не осуществляется. Свидетельство выдается под ответственность заявителя без гарантии действительности.

2. При проведении формальной экспертизы заявки на полезную модель применяются соответственно положения, содержащиеся в пунктах 1-5 статьи 21 Патентного Закона, регламентирующие экспертизу заявки на изобретение, а именно:

* По истечении двух месяцев с даты поступления заявки Патентное ведомство проводит по ней формальную экспертизу. По письменному ходатайству заявителя формальная экспертиза может быть начата до истечения указанного срока. В этом случае заявитель с момента подачи ходатайства лишается прав на исправления и уточнения документов заявки по своей инициативе без уплаты пошлины.
* В ходе проведения формальной экспертизы заявки проверяется наличие необходимых документов, соблюдение установленных требований к ним и рассматривается вопрос о том, относится ли заявленное предложение к объектам, которым предоставляется правовая охрана.
* Если заявителем представлены дополнительные материалы по заявке, в процессе экспертизы проверяется, не изменяют ли они сущность заявленного изобретения. Дополнительные материалы изменяют сущность заявленного изобретения, если они содержат подлежащие включению в формулу изобретения признаки, отсутствовавшие в первоначальных материалах заявки. Дополнительные материалы в части, изменяющей сущность заявленного изобретения, при рассмотрении заявки во внимание не принимаются и могут быть оформлены заявителем в качестве самостоятельной заявки.
* 0 положительном результате формальной экспертизы и установлении приоритета заявитель уведомляется. Если в результате формальной экспертизы будет установлено, что заявка оформлена на предложение, которое не относится к патентоспособным объектам, принимается решение об отказе в выдаче патента. На решение может быть подано возражение в Апелляционную палату Патентного ведомства в течение двух месяцев с даты его получения заявителем. Возражение должно быть рассмотрено Апелляционной палатой Патентного ведомства в течение двух месяцев с даты его поступления.
* По заявке, оформленной с нарушением требований к ее документам, заявителю направляется запрос с предложением в течение двух месяцев с даты его получения представить исправленные или отсутствующие документы. В случае, если заявитель в указанный срок не представит запрашиваемые материалы или ходатайство о продлении установленного срока, заявка признается отозванной.
* По заявке, поданной с нарушением требования единства, заявителю предлагается в течение двух месяцев с даты получения им соответствующего уведомления сообщить, какое из изобретений должно рассматриваться, и при необходимости внести уточнения в документы заявки. Другие изобретения, вошедшие в материалы первоначальной заявки, могут быть оформлены выделенными заявками. В случае, если заявитель в течение двух месяцев после получения уведомления о нарушении требования единства не сообщит, какое из предложений необходимо рассматривать, и не представит уточненных документов, проводится рассмотрение объекта, указанного в формуле первым.

Если в результате экспертизы будет установлено, что заявка подана на предложение, относящееся к патентоспособным объектам, и документы ее оформлены правильно, принимается решение о выдаче свидетельства.

3. Заявитель и третьи лица вправе ходатайствовать о проведении информационного поиска по заявке на полезную модель для определения уровня техники, в сравнении с которым может осуществляться оценка патентоспособности полезной модели. Порядок проведения информационного поиска и предоставления сведений о нем определяется Патентным ведомством.

4. После публикации сведений о выдаче свидетельства на полезную модель любое лицо вправе ознакомиться с материалами заявки.

После принятия решения о выдаче свидетельства, одновременно с публикацией сведений о выдаче свидетельства, Патентное ведомство вносит полезную модель в Государственный реестр полезных моделей и выдает свидетельство лицу, на имя которого оно испрашивалось.

# 4. ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ

**Промышленный образец** - полученное в результате художественно - конструкторской (дизайнерской) деятельности решение внешнего вида какого-либо объекта (изделия).
Критерием патентоспособности промышленного образца является художественно-конструкторское решение, определяющее внешний вид объекта.

Действие патента на промышленный образец распространяется только на те изделия, которые визуально сходны с охраняемым промышленным образцом и содержат все его существенные признаки. Это основное отличие промышленного образца от товарного знака, так как действие зарегистрированного товарного знака распространяется на определенный комплекс товаров, которые могут не совпадать с визуально воспринимаемым изобретением товарного знака. Поэтому сходство промышленного образца с товарными знаками по форме представления (фотография, рисунок) тем не менее не приводит к смешиванию содержания их правовой охраны.
Промышленный образец имеет много общего с художественными произведениями, в частности, произведениями народных промыслов (Палех, Гжель и т.п.), которые охраняются в рамках авторского права. Вместе с тем эти объекты различны по своей предназначенности. Несмотря на возможность иногда многократного повторения, воспроизведения художественного произведения, создаются как единичное изделие, несущее в первую очередь эстетическую направленность, зачастую никак не связанную с функциональной предназначенностью изделия. Напротив, эстетические особенности промышленного образца обусловлены художественным воплощением, реализацией функциональных элементов изделия, когда внешняя форма является как бы оптимальной с точки зрения его создателя, эстетическим продолжением и выражением назначения изделия.
*Виды промышленных образцов:*

- *объемные модели* - представляют собой композицию, в основе которой лежит развитая трехмерная объемно-пространственная структура (форма), например, художественно-конструкторские решения, определяющие внешний вид кресла газетного киоска, телефонного аппарата и др.);
- *плоскостные* - характеризуются двухмерным линейно-цветографическим соотношением элементов и фактически не обладают объемом (конфигурация, орнамент, сочетания цветов), например, решения, определяющие внешний вид ковра, косынки, галстука, ткани и др.;
- *комбинированные* - характеризуются признаками, присущими как объемным, так и плоскостным образцам, например, художественно-конструкторские решения, определяющие внешний вид посуды, на которой выполнен рисунок; обуви, имеющей декор; строительной отделочной плитки и др.

*Признаки промышленного образца:*

состав и количество основных композиционных элементов;

форма и конфигурация этих элементов;

взаимное расположение и соподчиненность основных элементов;

их пластическая характеристика;

характер графического, цветофактурного и колористических решений.

Согласно п.1 ст.6 Патентного закона РФ промышленному образцу предоставляется правовая охрана, если он является новым, оригинальным и промышленно применимым. Оригинальность состоит в отсутствии имитации известного.
Оценка оригинальности промышленного образца заключается в выявлении среди общедоступных источников информации таких, которые содержат каждый в отдельности существенные признаки, отличающие промышленный образец от его ближайшего аналога, и в случае привнесения этих признаков в аналог позволяет сформировать зрительный образ, присущий промышленному образцу.

*Не признается соответствующим условию оригинальности промышленный образец, воплощенный в:*

изделии, отличающемся от ближайшего аналога только признаками, включенными заявителем в перечень существенных признаков, для которых не подтверждено их влияние на указанные заявителем эстетические особенности этого изделия;

изделии, у которого по сравнению с известным изменены лишь размеры, увеличено количество элементов или изменен цвет;

изделии в виде отдельно взятого простейшего геометрического объема (призматического, сферического, конического и т.д.) или отдельно взятой простейшей геометрической фигуры;

изделии, являющемся уменьшенной или увеличенной копией реального объекта (например, игрушка, сувенир);

изделии, повторяющем форму, свойственную изделиям определенного назначения, но выполненном на другой технической основе (например, изделии из полимерного материала, имитирующем изделие традиционно выполняемое из дерева);

наборе изделий, составленном из известных порознь изделий, без изменения их внешнего вида.

Оценка промышленной применимости промышленного образца заключается в установлении возможности многократного воспроизведения промышленного образца. Проверяется указание на назначение изделия, в котором воплощается заявленный промышленный образец. Проверяется возможность изготовления изделия без использования уникальных, либо не известных до даты приоритета промышленного образца и не раскрытых в заявке средств и методов.
Оценка новизны промышленного образца заключается в выявлении источника информации ставшего общедоступным, в котором могут содержаться сведения, раскрывающие совокупность существенных признаков, идентичных существенным признакам промышленного образца.

**Основные требования к заявке**

Заявка должна относиться к одному промышленному образцу или содержать варианты промышленных образцов.
Вариантами промышленных образцов являются художественно-конструкторские решения, относящиеся к одному классу Международной классификации промышленных образцов (МКПО), сходные по совокупности существенных признаков и имеющие визуально воспринимаемые отличия в эстетических особенностях, носящих творческий характер.
Заявка на промышленный образец может быть подана автором промышленного образца или его правопреемником.
В случае служебного характера создания промышленного образца приоритетное право на подачу заявки и получение патента на промышленный образец принадлежит работодателю.
*Заявка на выдачу патента на промышленный образец должна содержать:*

заявление о выдаче патента с указанием авторов промышленного образца и лиц, на имя которых испрашивается патент, а также их местожительства или местонахождения;

комплект фотографий, или репродукций, дающих полное детальное представление о внешнем виде изделия;

чертеж общего вида изделия;

описание промышленного образца, включающее перечень его существенных признаков;

документ, подтверждающий уплату пошлины.

*Описание промышленного образца должно содержать:*

название образца в соответствии с МКПО;

назначение и область применения промышленного образца;

аналоги и прототип;

описание сущности объекта притязаний;

пояснение о пригодности образца к осуществлению промышленным способом и перечень существенных признаков.

Рассмотрение заявки на промышленный образец включает два этапа - этап формальной экспертизы заявки и этап экспертизы по существу. Подача ходатайства о проведении экспертизы по существу не требуется. Проверка промышленного образца на его соответствие условиям патентоспособности начинается сразу по завершении формальной экспертизы.
Патент на промышленный образец действует в течение 10 лет, считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство. По инициативе патентообладателя действие патента продлевается на срок до 5 лет.

# 5.Фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, наименование мест происхождения товаров.

С развитием товарно-денежных отношений в России все более важным элементом рыночной экономики становятся такие объекты промышленной собственности, как фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров. Создание равных условий хозяйствования для различных типов товаровладельцев, внедрение конкурентных начал в их деятельность и повышение ответственности за ее результаты, необходимость насыщения рынка товарами и услугами для удовлетворения потребностей населения обусловливают объективную потребность в правовом механизме, обеспечивающем должную индивидуализацию предприятий и организаций, а также производимых ими товаров и услуг. Эту роль и призваны выполнять указанные выше объекты промышленной собственности.

Фирменное наименование, являющееся коммерческим именем предприятия, неразрывно связано с его деловой репутацией. Под этим именем предприниматель совершает сделки и иные юридические действия, несет юридическую ответственность и осуществляет свои права и обязанности, рекламирует и реализует произведенную им продукцию и т.д. Фирменное наименование, ставшее популярным у потребителей и пользующееся доверием у деловых партнеров, приносит предпринимателю не только немало дивидендов, но и заслуженное уважение в обществе, и признание его заслуг. Использование фирменного наименования выполняет также существенную информационную функцию, поскольку доводит до сведения третьих лиц данные о принадлежности, типе и организационной форме предприятия.

Товарный знак и знак обслуживания, которыми маркируются производимые товары и оказываемые услуги, являются активным связующим звеном между изготовителем и потребителем, выступая в роли безмолвного продавца. Наряду с отличительной функцией, популярный товарный знак вызывает у потребителей определенное представление о качестве продукции. Одной из важных функций товарного знака является также реклама выпускаемых изделий (отсюда второе название- рекламное обозначение), поскольку завоевавший доверие потребителей товарный знак способствует продвижению любых товаров, маркированных данным знаком. Известно также, что на мировом рынке цена изделий с товарным знаком в среднем на 15-20% выше, чем анонимных товаров. Наконец, товарный знак служит для защиты выпускаемой продукции на рынке и применяется в борьбе с недобросовестной конкуренцией.

Аналогичные функции выполняются и таким средством обозначения продукции, как наименование места происхождения товара. Наряду с ними обозначение товара наименованием места его происхождения выступает как гарантия наличия в товаре особых неповторимых свойств, обусловленных местом его производства.

Таким образом, указанные выше объекты промышленной собственности являются эффективным связующим звеном между производителем и потребителем и выступают в качестве важных объектов субъективных гражданских прав. [[3]](#footnote-3)

Для потребителя товарный знак- это визитная карточка, символ определенной фирмы или фабрики. Известный, завоевавший успех у покупателей, товарный знак вызывает доверие, ассоциируется с гарантией высокого качества выпускаемых товаров. Потребность в отличии друг от друга товаров различных видов при помощи знаков, которыми эти товары снабжаются производителями или торговцами, не нова, она возникла уже в древние времена. Еще древние римляне, греки и египтяне пользовались ярлыками ремесленников и художников, служившими указаниями на происхождение изделия из какой-либо мастерской или из какого-либо города. Почти за 4000 лет до н. э. мастера Ассирии и Вавилона врезали в камни построенных зданий свой фирменный знак. Эти знаки, обнаруженные археологами в XX в., можно считать предшественниками товарных знаков. Прототипы современных знаков появились в период рабовладельческого строя.

Огромное развитие получила маркировка товаров в условиях капиталистической индустриализации. В 70-80-е гг. XIX века начинается массовый выпуск однородных товаров, причем это происходит в условиях жесткой конкуренции. В этих условиях возрастает роль товарного знака как эффективного средства рекламы и указателя источника происхождения товара. Появляются первые законы, гарантирующие охрану товарных знаков. В первую очередь появились законодательные акты, устанавливавшие уголовные санкции за подделку товарного знака. Затем появилась гражданско-правовая охрана знаков. [[4]](#footnote-4)

Российское законодательство о товарных знаках имеет насыщенную историю. Первый закон «О товарных клеймах» был принят в России еще в 1830 г. Он обязывал владельцев суконных, шляпных, бумажных и других фабрик иметь прочные клейма. Подделка чужого товарного клейма рассматривалась как уголовно наказуемое деяние. Однако четкого определения товарного клейма, условий возникновения прав на него, а также правомочий владельца закон не содержал.

В 1896 году вступил в действие более совершенный Закон «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)». Товарными знаками признавались «всякого рода обозначения, выставляемые промышленниками и торговцами на товарах или на упаковке и посуде, в коих они хранятся, для отличия оных от товаров других промышленников и торговцев». Использование товарного знака признавалось правом, но не обязанностью лица, кроме случаев, специально установленных законом (клеймение изделий из золота и серебра, обязательная маркировка табачных и водочных изделий и пр.).

После установления советской власти правовая охрана товарных знаков была сохранена, хотя отношение к ним на разных этапах развития страны было различным. В период проведения новой экономической политики (НЭПа), когда заметно оживилось товарное производство, СНК РСФСР издал Декрет «О товарных знаках» от 10 ноября 1922 г. Всем торговым и промышленным предприятиям, независимо от формы собственности, предоставлялось право маркировать свои товары особым знаком и единолично пользоваться им для отличия своей продукции от аналогичной продукции других предприятий.

В 1936 г. ЦИК и СНК СССР было принято Постановление «О производственных марках и товарных знаках», в котором наряду с подробными правилами обязательной маркировки промышленной продукции подтверждалось право предприятий пользоваться для обозначения своей продукции товарными знаками.

Очередное обновление законодательства о товарных знаках произошло в 1962 г., когда было принято постановление Совета Министров СССР от 15 мая 1962 г. «О товарных знаках», а на его основе Комитетом по делам изобретений и открытий 23 июня 1962 г. утверждено Положение о товарных знаках. Главной особенностью новых актов явилось превращение права на товарный знак в обязанность предприятий иметь и пользоваться зарегистрированными в установленном порядке товарными знаками.

Существенным шагом в развитии законодательства о товарных знаках стало принятие 3 июня 1991 г. Закона СССР «О товарных знаках и знаках обслуживания», который должен был вступить в действие с 1 января 1992 г. Данный закон не только повышал уровень нормативной регламентации отношений, связанных с товарными знаками и знаками обслуживания, но и был разработан на основе учета требований рыночной экономики. А также богатого опыта развитых стран и положений международных конвенций.

В связи с распадом Советского Союза Закон от 3 июня 1991 г. так и не вступил в силу. Однако он послужил хорошей базой при разработке Верховным Советом РФ Закона РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», который был принят 23 сентября 1992 г. и вступил в действие с 17 октября 1992 г. Указанный закон впервые в истории России ввел охрану наименований мест происхождения товаров, которые ранее в качестве самостоятельных объектов промышленной собственности не выделялись. Положения Закона получили развитие в целом ряде подзаконных актов, принятых Правительством РФ и Патентным ведомством РФ. [[5]](#footnote-5)

Право на товарный знак может принадлежать лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность, будь то лица физические или юридические, а среди последних - организациям коммерческим или некоммерческим, осуществляющим таковую деятельность.

Нормативную базу этого института коммерческого права составляют Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Парижская Конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. С последующими изменениями и дополнениями, Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. С последующими изменениями и дополнениями, и такие важные правовые акты, как Указ Президента от 12 февраля 1993 г. № 223. Утвердивший Положение о Комитете Российской Федерации по патентам и товарным знакам и Постановление Правительства РФ от 12 февраля 1993 г. № 122, которым было утверждено Положение о патентных поверенных.[[6]](#footnote-6)

Как указано в ч.2 ст.1 Парижской конвенции, объектами охраны промышленной собственности являются патенты на изобретения, полезные образцы, промышленные рисунки или модели, фабричные или торговые знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования и указания происхождения или наименования места происхождения, а также меры с целью пресечения недобросовестной конкуренции.

Это значит, что на территории той страны, где выдан патент, никто без согласия патентообладателя не вправе использовать соответствующее изобретения, товарный знак или промышленный образец.[[7]](#footnote-7)

Действующее законодательство определяет товарный знак как обозначение, способное отличать товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц (ст.1 Закона РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»).

Термин «товарный знак», используемый в тексте Закона, охватывает две его разновидности: собственно товарные знаки и знаки обслуживания. Строго говоря, услуга является таким же товаром, предметом договоров, как и вещественные объекты. Однако маркировать услугу, которая представляет собой, согласно ГК, определенную деятельность, невозможно. Поэтому говорят о знаках обслуживания, которые, как правило, используются в различного рода рекламных материалах, украшают оборудование и инвентарь, используемые для оказания услуг. Экономическое значение использования знаков обслуживания и коммерческая целесообразность правовой охраны этих знаков, общие начала оценки исключительного права на их использование и предоставление права на такое использование- все эти аспекты знаков обслуживания такие же, как у товарных знаков.[[8]](#footnote-8)

Под именем товарного знака понимаются те наружные отметки, которыми купец стремится отличить в глазах потребителей свои товары от товаров всякого другого купца.

Потребители, оценившие достоинство товаров известного происхождения, естественно, будут искать их между другими по их отличительному знаку. Чем больше спрос на этот товар, тем большее искушение для других торговцев воспользоваться тем же знаком, ввести публику в заблуждение и отвлечь часть потребителей к себе. Таким действием нарушается: а) интерес публики, если под поддельным знаком ей предлагается товар худшего достоинства; b) интерес купца, установившего впервые репутацию товара, но уже независимо от того, будет ли товар под поддельным знаком хуже настоящего или равного или даже высшего качества. Закон, охраняя интерес второго рода, создает исключительное право на товарный знак. [[9]](#footnote-9)

Товарные знаки дают возможность торговле точно и ясно определить предложение и гарантируют правовую охрану товаров. Товарные знаки могут быть объектом систематической рекламной деятельности. Рекламу, в принципе, можно делать и без товарных знаков, однако в таком случае она является анонимной и неопределенной. Поскольку товарный знак хорошо запоминается, привлекает внимание потребителей и вызывает их доверие, он является эффективным средством рекламы, которое необходимо умело использовать.[[10]](#footnote-10)

Рекламные обозначения служат для того, чтобы покупатели различали однородные товары различных предприятий. Однако рекламирование товаров имеет значение не для всех предприятий, а лишь для тех, которые выпускают товары народного потребления, то есть продукцию, предназначенную для реализации населению. Что касается предприятий, выпускающих продукцию производственно-технического назначения (сырье, оборудование, комплектующие изделия, предназначенные для производственного использования), то для них рекламная маркировка своих товаров не имеет экономического значения.[[11]](#footnote-11)

Товарные знаки выполняют в экономике определенные функции- отличительную, информативную, рекламную, охранную, гарантийную, психологическую.

Основной функцией товарного знака является его способность различения и индивидуализации товара определенного изготовителя, поставщика или торгового предприятия. Товарный знак помогает отличить товары одного производителя от аналогичных товаров другого производителя. Это очень важно, поскольку ассортимент выпускаемых товаров постоянно расширяется и поэтому ориентироваться в них очень трудно. Эта так называемая отличительная функция является самой главной функцией товарного знака. Она имеет непосредственное значение, как для владельца знака, так и для потребителей, которые по торговому знаку могут выбрать товар именно того предприятия, что они предпочитают. Недооценка этой функции, которая иногда проявляется при выходе товара на внешний рынок с одним и тем же товарным знаком, используемым для маркировки продукции различных производителей, не способствует индивидуализации товаров, качество которых является различным. Продажа на внешнем рынке товаров различного производства и различного качества с использованием одного и того же товарного знака, зарегистрированного на имя внешнеторгового объединения, сказывается отрицательно на его популярности. Для того, чтобы товарный знак с точки зрения отличительности был эффективным, он должен отвечать определенным требованиям. Он должен быть броским и хорошо запоминающимся. Если знак является словесным, то он должен быть легко произносимым и по возможности длиннее, чем в 2-3 слога. Изобразительный знак должен быть выполнен на хорошем эстетическом уровне.

Информативная функция знака тесно связана с функцией отличия. Она проявляется в том, что он способствует доведению до потребителя информации о производителе товара, а также о качестве товара. Важность информативной функции товарного знака подчеркивает В. Дозорцев, который считает, что знак товаров предприятия должен быть продолжением и вариантом его фирменного наименования, представляя собой не просто изображение, а изображение наименования предприятия или его хорошо известного вензеля. Информативная функция знака, несомненно, одна из важнейших его функций, и от того, как знак выполняет эту функцию, во многом зависит общая ценность знака.

Реклама выпускаемых изделий - это одна из наиболее важных функций товарных знаков. Торговая реклама представляет собой деловую информацию, которая помогает покупателям выбирать нужные товары. Хорошо известный покупателю товарный знак, завоевавший доверие, создает «ходкость» товара, его успешный сбыт. Реклама должна помогать предприятиям реализовывать выпускаемые товары. Рекламную деятельность предприятия необходимо сосредоточить на рекламе товарного знака, который является символом предприятия.

В целях эффективности рекламы товарный знак должен обладать определенными достоинствами, чтобы его можно было легко проставлять на изделиях и на разных документах, сопровождающих изделия, а также экспонировать на разных выставках, ярмарках, на спортивных состязаниях. Хороший товарный знак - самое эффективное средство рекламы. Самой эффективной является световая реклама товарных знаков в магазинах, на улицах и площадях городов, а также на главных зданиях предприятий.

Проблема эффективного рекламирования товарного знака очень сложна и чаще всего связана с умелым изучением психологии покупателя.

Охранная функция вытекает из исключительного (монопольного) права на его использование, гарантируемого владельцу товарного знака. Эта функция служит для защиты выпускаемой продукции на рынке (особенно на внешнем рынке) и применяется в борьбе против недобросовестной конкуренции. Поэтому товарный знак имеет огромное значение во внешней торговле.

Гарантийная функция проявляется в гарантировании соответствующего качества товаров. Выполнение этой функции в полной мере возможно только при постоянном повышении качества товаров. Товарный знак представляет собой одно из многих средств обеспечения доброго имени товара и повышения его качества. Особенность товарного знака состоит в том, что он влияет на сохранение качества товаров и его повышение косвенно через потребителя. Товарный знак является обозначением изделия, с которым его потребитель связывает известные ему качественные свойства изделия. Потребитель, заметивший эти свойства или остановивший на них свой выбор, связывает эти свойства с товарным знаком, которым снабжено изделие, и в дальнейшем требует именно это изделие, предполагая, что обозначенное таким образом изделие обладает требуемыми качествами или другими, проверенными опытом, свойствами. Изделия, обозначенные определенным товарным знаком, известным потребителю, в глазах последнего, на основании этого опыта, являются проверенными высококачественными изделиями. Это в дальнейшем возбуждает гарантированный повышенный спрос на изделия, снабженные товарным знаком, не имеющие предполагаемого качества, товарный знак быстро теряет свой смысл и обесценивается. Тем, что изготовитель снабжает свои изделия товарным знаком, он берет на себя ответственность за качество продаваемых изделий по отношению к потребителю.

Дискредитировавший себя товарный знак вызвал бы обратное действие - он предостерегал бы потребителя от приобретения изделия с таким товарным знаком.

В идеальном случае дело должно обстоять так, что товарный знак проставляется только на высококачественном изделии. На практике, однако, дела иногда обстоят иначе.

Психологическая функция товарного знака тесно связана с рекламной и гарантийной его функциями. Она состоит в том, что известный на рынке товарный знак создает у покупателя убежденность, что товар является лучшим по качеству, привлекает его внимание к этому товару. Если же владелец товарного знака заинтересован, чтобы его знак выполнял психологическую функцию, он должен заботиться и том, чтобы выпускаемые им товары имели постоянно высокое качество, и о том, чтобы его товарный знак был хорошо оформлен и эффективно рекламирован.[[12]](#footnote-12)

Чтобы быть признанным в качестве товарного знака, то есть стать объектом правовой охраны, обозначение (товарный знак) должно отвечать ряду условий. В законе они прямо не перечисляются, однако достаточно четко выводятся из его норм. Прежде всего, товарным знаком признается условное обозначение, своего рода символ, который помещается на выпускаемой продукции, ее упаковке или сопроводительной документации, и заменят собой подчас длинное и сложное название (наименование) изготовителя товара. Поэтому не может считаться товарным знаком помещение на изделии полных сведений, касающихся изготовителя товара, а также указывающих на время, способ и место производства, на вид, качество и свойства товара и т.п. Их заменяет легко воспринимаемое и запоминающееся условное обозначение. Далее, то или иное обозначение может быть признано товарным знаком лишь в том случае, если оно позволяет потребителю без особого труда узнать нужную ему продукцию и не спутать ее с аналогичной продукцией других производителей. Поэтому необходимым условием правовой охраны товарного знака является его новизна. С точки зрения действующего законодательства новыми будут считаться лишь такие условные обозначения товаров, которые по своему содержанию не являются тождественными или сходными до степени смешения: а) с товарными знаками, ранее зарегистрированными или заявленными на регистрацию в РФ на имя другого лица в отношении однородных товаров; б) с товарными знаками других лиц, охраняемыми без регистрации в силу международных договоров РФ, в частности так называемыми общеизвестными товарными знаками (в отношении последних Г.Ф. Шершеневич приводит следующий пример - мыловаренный завод г.Е. в Нахичевани в 80-х гг. XIX столетия стал выпускать в продажу туалетное мыло под названием «Валики» и «Букетное». На этом мыле соответственно их названиям завод оттискивал изображение валиков и букетов. Впоследствии и другие местные фабриканты стали выпускать такое же мыло под теми же названиями и с теми же рисунками. Один из заводов в 1899 г. вошел с ходатайством о признании за ним исключительного права на эти знаки, что и было признано за ним со стороны департамента торговли и мануфактур. Но таганрогский окружной суд, убедившись из расспроса свидетелей, что описанные знаки были в общем употреблении, удовлетворил иск г. Е о признании за ним права пользования знаками, на которые ответчик заявляет исключительное право);[[13]](#footnote-13) в) с фирменными наименованиями (или с их частью), принадлежащими другим лицам, получившим право на эти наименования ранее поступления заявки на товарный знак в отношении однородных товаров, охраняемыми в РФ, кроме случаев, когда они включены как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего право на пользование таким наименованием.

Признак новизны тесно связан с признаком приоритета. Новизна товарного знака определяется на дату приоритета, которая, в свою очередь, устанавливается по общему правилу по дню поступления правильно оформленной заявки на регистрацию товарного знака в Патентное ведомство РФ. Наряду с эти приоритет товарного знака может устанавливаться по дате подачи первой заявки на товарный знак в зарубежной стране-участнице Парижской конвенции по охране промышленной собственности (конвенционный приоритет), если в Патентное ведомство РФ заявка поступила в течение 6 месяцев с указанной даты.

Таким образом, сущность требования новизны означает, что обозначение, заявленное в качестве товарного знака, не должно быть тождественным или сходным с товарными знаками, уже зарегистрированными или заявленными на регистрацию в РФ или охраняемыми в силу международных соглашений. Тождественным признается обозначение, которое во всех своих элементах совпадает с уже известным товарным знаком и при этом относится к одному и тому же классу товаров независимо от различия в их перечне.[[14]](#footnote-14)

В 1895 г. графом Пален был основан в имении Грос-Экау, Курляндской губ., ликерный завод, на котором выделывался спиртной напиток, выпускавшийся в продажу под этикеткой «Экауский Кюммель № 0». Эта этикетка была заявлена 2 октября 1896 г. Фабрикант Блосфельдт стал выпускать в продажу тминный ликер, снабжая его этикеткой «Экауский Кюммель № 00» с добавлением в другом месте «главное депо означенного ликера находится в Риге у Блосфельдта». По сличении этикеток, рижский окружной суд пришел к заключению, что знаки недостаточно отличаются друг от друга и легко могут ввести покупателей в заблуждение, а потому признал Блосфельдта виновным в противозаконном пользовании чужим товарным знаком. [[15]](#footnote-15)

Сложнее решается вопрос о сходных обозначениях: в действующем законодательстве указывается в общих чертах недопустимый уровень близости заявляемого обозначения уже известному - наличие между ними сходства до степени их смешения. Хотя данное указание носит в значительной мере абстрактный характер, оно все же вносит некоторую ясность. В частности, очевидно, что совпадение отдельных элементов обозначений само по себе не может служить причиной отказа в регистрации товарного знака. Поскольку товарный знак ориентирован прежде всего на потенциального покупателя товара, оценка сходства обозначений должна производиться не с профессиональных позиций, например, с позиции дизайнера, художника, графика и т.д., которые способны отметить мельчайшие различия, а с позиции простого покупателя (потребителя), который не имеет специальных знаний и навыков в этой области. В литературе установление сходства обозначений рекомендуется проводить с учетом ряда факторов. Так, у словесных товарных знаков рекомендуется обращать внимание на начало и окончание слогов, число слогов, последовательность гласных и согласных букв; у изобразительных знаков - на изобразительные мотивы; у комбинированных обозначений - на восприятие изобразительных и словесных элементов как в совокупности, так и в отдельности.

Наконец, обозначение может считаться товарным знаком лишь тогда, когда оно в установленном порядке зарегистрировано. По общему правилу лишь с момента официального признания обозначения товарным знаком можно говорить о нем как о самостоятельном объекте правовой охраны.

Такая регистрация дает возможность в течение длительного времени пользоваться выбранным обозначением, не опасаясь предъявления каких-либо претензий со стороны других предприятий, вместе с тем после регистрации можно будет запретить другим предприятиям пользоваться аналогичными обозначениями. [[16]](#footnote-16)

 Российское законодательство не охраняет незарегистрированные в российском Патентном ведомстве обозначения, за исключением так называемых общеизвестных товарных знаков, которые охраняются в силу принятых Россией международных обязательств. Поэтому фактический пользователь того или иного незарегистрированного обозначения, если только оно не является общеизвестным, не приобретает на него никаких особых прав и не вправе претендовать на исключительное право на его использование независимо от времени введения его в хозяйственный оборот. [[17]](#footnote-17)

Таковы вытекающие из закона требования к товарным знакам. Иногда в литературе выдвигаются и некоторые другие критерии охраноспособности товарных знаков.

Безвкусные рисунки, словосочетания и т.п. не разрешается использовать в качестве товарных знаков. Так, одной из обувных фабрик не было разрешено применять в качестве товарного знака, помещаемого на подошве обуви, изображение скачущего всадника на фоне виноградников, снежных вершин Казбека и солнечного неба с парящим орлом, потому что нагромождение этих деталей пейзажа в рисунке на подошве обуви не отвечает элементарным требованиям художественного вкуса.[[18]](#footnote-18)

С данной точкой зрения невозможно согласиться, поскольку указанное требование ни ранее, ни сейчас в законе не содержится и из него не вытекает. Конечно, с позиций требований, которые следует учитывать при разработке новых товарных знаков, они должны соответствовать целому ряду конкретных параметров, в частности быть рекламоспособными, обладать ассоциативностью, быть связанными с местом происхождения товара, быть лаконичными, удобопроизносимыми, приспособляемыми и т.д. Не последнее место в этом ряду занимает и художественность обозначения. Отказ в регистрации товарного знака только по мотиву его нехудожественности будет незаконным, если только при этом заявленное обозначение не противоречит принципам гуманности и морали.

Товарные знаки могут быть словесными, изобразительными, объемными, комбинированными и другими. Они представляют собой оригинальные названия или слова, художественные композиции и рисунки в сочетании с буквами, цифрами, словами или без них и т.п.

Например, Оршанской фабрике трикотажных спортивных изделий выдано свидетельство на право пользования товарным знаком, представляющим собой стилизованное изображение буквы Д, помещенной внутрь буквы О (товары: одежда). Бершадскому молочноконсервному комбинату выдано свидетельство на право пользования товарным знаком в виде рисунка - стилизованного изображения головы коровы (товары: сухое молоко).

Находящейся в городе Лар (земля Шварцвальд) западногерманской фирме «Бадше табакмануфактур Рот-Хендле ГмбХ унд Ко» выданы свидетельства на право пользования товарными знаками в виде слов Rival, Reval, Eval, Resal (товары: табачные изделия, в частности, зажигалки, пепельницы, спички, машинки для свертывания и набивки сигарет.)

Свободные знаки и обозначения, не обладающие различительными признаками или носящие описательный характер, можно применять только как составную часть сложных товарных знаков при условии, что такие обозначения не занимают доминирующего положения в товарных знаках. [[19]](#footnote-19)

Словесные товарные знаки - это оригинальные слова, названия, сочетания букв, цифр. Такие знаки составляют большинство товарных знаков, регистрируемых в зарубежных странах. Эти знаки наиболее успешно запоминаются, их легко распространять. [[20]](#footnote-20)

В высокоразвитых странах удельный вес словесных знаков достигает 70% от общего количества зарегистрированных знаков. В настоящее время во всем мире используется около 3-4 миллионов словесных товарных знаков; это примерно в 6 раз больше, чем полный объем лексики любого естественного языка.

В развитии словесных товарных знаков можно выделить ряд групп:

1. имена великих людей (например, Наполеон, Колумб, Страдивари, Моцарт, Эдисон, Gillette, Форд и др.);
2. мифические герои (Геркулес, Прометей, Аполлон, Сатир, Нептун, Садко и др.);
3. герои художественных произведений (Кармен, Гамлет, Отелло, Жизель и др.);
4. названия животных и птиц (Лев, Медведь, Зебра, Кондор, Колибри, Сокол и др.);
5. названия драгоценных камней (Агат, Алмаз, Аметист и др.);
6. географические названия (Мадейра, Шампань, Эверест, Арарат, Волга, Монблан и др.);
7. астрономические и метеорологические явления (Комета, Марс, Юпитер, Радуга, Заря и др.);
8. знаки, взятые как производные из древних языков (например, Санитас, Laktos, Sanorin). [[21]](#footnote-21)

В настоящее время в связи с тем, что указанные выше и подобные им наименования оказались практически исчерпанными, все чаще встречаются товарные знаки, представляющие собой искусственно образованные слова. Искусственно образованные слова (неологизмы) широко используются для обозначения новых веществ, препаратов, приборов и материалов. Как правило, они подчеркивают новизну и оригинальность товара и обладают большей охраноспособностью. Например, на имя Всесоюзного онкологического центра Академии медицинских наук СССР для обозначения онкологически активных веществ были в свое время зарегистрированы такие товарные знаки, как Тестифенон (Testifenon), Кортифен (Kortifen). Нередко словесные товарные знаки так или иначе связываются с фирменным наименованием предприятия, в частности воспроизводятся его существенные элементы. Иногда в качестве словесных товарных знаков регистрируются словосочетания, и даже короткие фразы. При регистрации словесных товарных знаков охраняется не только само слово или словосочетание, но и их шрифтовое решение.[[22]](#footnote-22)

В словесных товарных знаках учитывается не только их звуковой характер, но и смысловое содержание. Смысловой характер иногда выявляется даже в суде. Например, в ФРГ рассматривался вопрос о смысловом сходстве знаков TAIFUN (Тайфун) и ORKAN (Ураган). В суде нередки случаи рассмотрения дел, связанных с межязыковой семантической близостью товарных знаков. Так, например, несмотря на отсутствие полной эквивалентности при переводе, совпадающими знаками были объявлены «His Master’s Voice» («Голос его хозяина»- известный товарный знак на грампластинках) и «Die Stimme seiner Herrin» («Голос его хозяйки»), а также «fifty-fifty» («пятьдесят на пятьдесят») и «Halb und Halb» («Половина и половина»). [[23]](#footnote-23)

Изобразительные знаки в отличие от словесных непременно должны быть построены по принципу художественной композиции.

К изобразительным знакам относятся рисунки на самые разнообразные темы. Это могут быть изображения людей, животных, растений, предметов, орнаменты, различные геометрические фигуры. Так, например, японская фирма «Иенегефучи спиннинг» зарегистрировала в СССР черный квадрат, в который вписана окружность, а в нее две сложные геометрические фигуры и круг. [[24]](#footnote-24)

Хотя эффективность изобразительных товарных знаков по сравнению со словесными оценивается ниже, в России на их долю приходится около 70% всех регистрируемых отечественных товарных знаков. Успех изобразительных товарных знаков в большой степени определяется их простотой, броскостью и эффективностью с точки зрения рекламы, возможностью использования изображения на всевозможных материалах, смысловой нагрузкой и т.п. Напротив, излишне сложные и перегруженные деталями товарные знаки показывают свою малую эффективность.[[25]](#footnote-25)

Чтобы изобразительный знак мог выполнить свою задачу, он должен быть как можно более простым и эффективным, а также должен производить эстетическое впечатление. Как правило, эффектные и популярные изобразительные знаки являются шедеврами графики. Они часто исходят из характеристики товара или предприятий, для которых они разработаны. Если это невозможно, то желательно найти такую символику, которая вызвала бы определенные представления и могла бы в дальнейшем стать характерным символом товара. Изобразительные товарные знаки менее эффективны, чем словесные знаки, поэтому их в международной практике применяют сравнительно редко. Изобразительные знаки имеют в развитых странах следующее процентуальное применение: в Швейцарии- 22% (от общего количества зарегистрированных знаков), в Германии- 20%, в США и Великобритании- 18%, во Франции- 16%.

Несмотря на относительно редкое применение изобразительных знаков, имеется целый ряд эффективных общеизвестных знаков. Среди них можно выделить товарный знак японского концерна «Mitsubishi» (знак известен под названием «три алмаза»), знак акционерного общества «Daimler-Benz», который применяется на автомобилях «Mercedes», а также знак чешского предприятия «Шкода». Известны также фотопортрет изобретателя лезвий безопасных бритв Жилетта и знак чешской фирмы Koh-I-Nor. [[26]](#footnote-26)

Объемные товарные знаки представляют собой изображения товарного знака в трех измерениях - его длине, высоте и ширине. Предметом оригинального товарного знака может быть либо оригинальная форма изделия, например, форма мыла, свечи, пилюли и т.д., либо его упаковка, например, оригинальная форма бутылки для напитка или флакона для духов.

Следует отметить, что часто упаковка при регистрации развертывается на плоскости; в этом случае она представляет комбинированный товарный знак.[[27]](#footnote-27)

Объемный товарный знак не может просто повторять внешний вид известного предмета, а должен характеризоваться новым и оригинальным внешним видом. Кроме того, форма изделия не должна определяться исключительно его функциональным назначением. Она должна быть оригинальной и способной выделять изделие конкретного изготовителя из ряда однородных товаров. Наиболее часто встречающийся вид объемных товарных знаков - это оригинальная упаковка товара. Например, Таллинскому производственному объединению «Liviko» было выдано свидетельство № 80759 со сроком действия до 7 февраля 1996 г. на право пользования товарным знаком, представляющим собой оригинальную бутылку для ликеров, напоминающую старинную башню (ликер «Vana Tallinn»). В идеале объемный товарный знак должен соответствовать характеру маркируемого товара, стилю предприятия, вкусам потребителей и ряду других факторов.[[28]](#footnote-28)

Возможно сочетание объемного товарного знака со словесным или изобразительным.

Комбинированные словесные знаки представляют собой различные сочетания словесных и изобразительных элементов. Это может быть сочетание, комбинация таких элементов, которые сами по себе могут быть зарегистрированы как словесный или как изобразительный знак.

Законодательство рекомендует подбирать такой комбинированный знак, чтобы каждый его элемент мог быть зарегистрирован в качестве самостоятельного знака. Однако комбинированный знак может состоять из сочетания таких элементов, которые сами по себе не могут быть зарегистрированы. Так, очень часто в рисунок включаются одна или две буквы (обычно это начальный буквы наименования предприятия). [[29]](#footnote-29)

Обе части - как словесная, так и изобразительная - могут иметь смысловое значение. Как правило, изобразительная часть иллюстрирует словесную часть знака. Комбинированные знаки должны отвечать требованиям, которые предъявляются как словесным, так и изобразительным знакам. Желательно, чтобы словесная и изобразительная части были взаимосвязаны композиционно и сюжетно, образовывали единое целое.

Комбинированные товарные знаки можно разбить на разные подгруппы:

1. знаки, где превалирует словесная часть;
2. знаки, в которых имеет место совмещение словесного и изобразительного знаков с целью их совместного воздействия;
3. знаки, где превалирует изобразительная часть.[[30]](#footnote-30)

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы этикетки. Этикетка может быть зарегистрирована целиком в качестве комбинированного товарного знака (если предприятие желает закрепить за собой исключительное право на изготовление изделий с такой этикеткой). Например, на имя Московской экспериментальной кондитерской фабрики «Красный Октябрь» зарегистрирована в качестве комбинированного товарного знака красочная этикетка, служащая оберткой для конфет «Мишка-Косолапый».

Помимо приведенных видов товарных знаков законодательство допускает к регистрации и другие обозначения товаров и услуг, в частности звуковые, световые, обонятельные и иные обозначения. В настоящее время подобные знаки регистрируются в основном на имя иностранных пользователей, так как в отечественной практике они распространения еще не получили.

Наряду с подразделением товарных знаков по форме их выражения они делятся и по иным основаниям. Так, в зависимости от числа субъектов, имеющих право на пользование товарным знаком, следует различать индивидуальные и коллективные товарные знаки; по степени известности товарные знаки подразделяются на обычные и общеизвестные. [[31]](#footnote-31)

Допуская к регистрации в качестве товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения товаров широкий круг условных обозначений, российское законодательство указывает вместе с тем и на те обозначения, которые не признаются товарными знаками, знаками обслуживания и наименованиями мест происхождения товаров. Закон от 23 сентября 1992 г. исходит при этом из общепринятой мировой законодательной практики и международных обязательств России.

К обозначениям, не регистрируемым ввиду их неспособности выполнять функции товарных знаков, относятся:

1. обозначения, не обладающие различительной способностью;
2. обозначения, представляющие собой государственные гербы, флаги и эмблемы, официальные названия государств, эмблемы, сокращенные или полные наименования международных межправительственных организаций, официальные контрольные, гарантийные и пробирные клейма, печати, награды и другие знаки отличия или сходные с ними до степени смешения;
3. обозначения, вошедшие во всеобщее употребление как название товаров определенного вида;
4. обозначения, являющиеся общепринятыми символами и терминами;
5. обозначения, указывающие на вид, качество, количество, свойства, назначение, ценность товара, а также на место и время их производства или сбыта;

К обозначениям, не регистрируемым в качестве товарных знаков по соображениям охраны публичного порядка и общественных интересов, относятся:

1. обозначения, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителей относительно товара или его изготовителя;
2. обозначения, противоречащие по своему содержанию общественным интересам, принципам гуманности и морали;

К обозначениям, которые не могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака ввиду того, что это нарушало бы права и законные интересы третьих лиц, относятся:

1. обозначения, которые являются тождественными или сходными до степени их смешения с уже охраняемыми на территории России товарными знаками, наименованиями мест происхождения товара, а также с сертификационными знаками, зарегистрированными в установленном порядке;
2. обозначения, воспроизводящие известные на территории фирменные наименования (или их часть), а также промышленные образцы, принадлежащие другим лицам;
3. обозначения, которые воспроизводят названия известных в РФ произведений науки, литературы и искусства или персонажи и цитаты из них, произведения искусства или их фрагменты без согласия обладателя авторского права или его правопреемников;
4. обозначения, воспроизводящие фамилии, имена, псевдонимы и производные от них, портреты и факсимиле известных лиц без согласия таких лиц, их наследников, соответствующего компетентного органа или высшего законодательного органа страны, если это обозначения являются достоянием истории и культуры РФ.

При выборе и регистрации товарных знаков следует помнить о существовании еще одной близкой категории - промышленных образцов.

В подавляющем большинстве случаев промышленные образцы значительно отличаются от товарных знаков. Во-первых, словесные товарные знаки никак не могут быть признаны промышленными образцами. Во-вторых, товарный знак обычно неразрывно связан с товаром, который он обозначает. Товарный знак проставляется на товаре, ярлыке, упаковке. В отличие от этого промышленный образец, как правило, неотделим от товара; как бы является формой существования промышленной продукции. В-третьих, промышленный образец обладает собственной, внутренней ценностью, ценность промышленного образца влияет на ценность самого промышленного изделия, обычно повышая ее.

В отличие от этого товарный знак может не обладать собственной материальной ценностью. Так, этикетка с товарным знаком стоит столько, сколько стоят бумага, краска и работа по изготовлению.

Ценность товарного знака возникает в процессе оборота как благодаря репутации предприятия- владельца, так и благодаря качеству товаров, которые знак рекламирует (обозначает). [[32]](#footnote-32)

Юридические и физические лица, зарегистрировавшие на свое имя товарный знак (знак обслуживания) или наименование места происхождения товара, приобретают право использовать их для обозначения соответствующих товаров на всей территории РФ. Сущность права на пользование товарным знаком и наименованием места происхождения товара состоит в возможности их неограниченного хозяйственного использования для обозначения производимых и реализуемых ими товаров.

Использование товарного знака рассматривается законом не только как право, но и как обязанность его владельца. Хотя в Законе РФ о товарных знаках в отличие от ранее действовавшего законодательства, в частности, Положения о товарных знаках 1974 г., это прямо не подчеркивается, анализ его норм позволяет сделать подобный вывод. В частности, п.3 ст.22 Закона РФ о товарных знаках предусматривает возможность досрочного прекращения действия регистрации товарного знака, которое может быть полным или частичным. Данный вопрос решается Высшей Патентной палатой РФ по заявлению любого заинтересованного физического или юридического лица. Основанием для этого может быть неиспользование товарного знака непрерывно в течение пяти лет с момента регистрации или пяти лет, предшествующих подаче такого заявления.

Неправомерное использование товарного знака и наименования места происхождения товара или сходного с товарным знаком или наименованием места происхождения товара обозначения для однородных товаров, а также иные действия, наносящие или способные нанести ущерб владельцу товарного знака или обладателю свидетельства на пользование наименованием места происхождения товара, влекут за собой гражданско-правовую и (или) уголовную ответственность в соответствии с действующим законодательством РФ.

Правовая охрана товарного знака может быть прекращена либо в результате признания недействительной регистрации товарного знака, либо в связи с аннулированием товарного знака.

В первом случае, когда регистрация может быть признана недействительной, это означает. Что она была таковой в течение всего срока ее действия. Такое решение может быть принято Высшей патентной палатой. Если регистрация признана недействительной, это означает, что никаких прав в отношении данного обозначения у заявителя не возникало никогда: юридические последствия регистрации, если она признана недействительной, не возникли.

Аннулирование регистрации товарного знака, в отличие от признания недействительной его регистрации, означает, что с момента аннулирования исключительные права владельца прекращаются. Однако до этого момента владелец был носителем исключительного права на использование и распоряжение данным товарным знаком, и все возникшие до аннулирования регистрации товарного знака юридические последствия его действий имеют и сохраняют свое правовое значение.[[33]](#footnote-33)

# 6. НАИМЕНОВАНИЕ МЕСТА ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА

С введением в действие 23 сентября 1992 года Закона РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" в России появился новый охраняемый объект ПС **наименование места происхождения товара**.
Этот объект предназначен не только для обозначения, призванного отличать товар, но и для указания на специфические свойства товара, обусловленные местом его происхождения.
Наименованием места происхождения товара является название страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями или человеческим фактором либо и тем и другим одновременно.
Например, "коньяк" и "шампанское" для вин, "рокфор" и "эмменталь" для сыров, "Боржоми" для минеральных вод.
Возможно использование и исторических названий географических объектов.
Выполняя функцию "сертификата" высокого качества и особых свойств товара, обозначение места их происхождения является важным фактором расширения коммерческой продажи, средством повышения конкурентоспособности на рынке. Особые свойства товара должны быть при этом стабильными.
Правовая охрана наименования места происхождения товара возникает на основании его регистрации, произведенной в соответствии с Законом, а также в силу международных договоров РФ.
В отличие от права на товарный знак, носящего исключительный характер, права пользования наименованием места происхождения товара носят коллективный характер - субъектами права могут быть несколько физических или юридических лиц. Условием признания лиц субъектами права являются: обязательное расположение в пределах территории того географического объекта, название которого он хочет зарегистрировать. Кроме этого, лицо должно производить этот товар.
Право пользования наименованием места происхождения товара является неотчуждаемым: лицо, которому такое право предоставлено, не вправе уступить кому-либо свое право или предоставить лицензию на использование зарегистрированного наименования. Только государство может предоставить право пользования наименованием.
Использованием наименования является применение его на товарной упаковке, в рекламах, проспектах, бланках и иной документации. Закон предоставляет правообладателю возможность использования предупредительной маркировки, указывающей на регистрацию. Специального знака Законом не предусмотрено.
В отличие от регистрации товарного знака, действующей в течение 10 лет с возможностью дальнейшего продления, регистрация наименования действует бессрочно, а вот свидетельство на право пользования действует в течение 10 лет, хотя предусмотрена возможность продления срока его действия.
*Заявка на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара должна относиться только к одному наименованию и содержать следующие сведения:*

заявление;

заявляемое обозначение. Необходимо указать, что название географического объекта может употребляться и как прилагательное (например, Липецкие кружева);

вид товара, для обозначения которого испрашивается регистрация и предоставление права пользования;

описание особых свойств товара, лаконичное и четкое с использованием специальной терминологии;

заключение компетентного органа о местоположении заявителя и производимом им товаре.

Экспертиза проводится в два этапа. На 1-ом этапе, проводимом в 2-х месячный срок, проверяется комплектность документов и соответствие оформления установленным требованиям. На 2-м этапе проводится экспертиза для установления охраноспособности, возможности регистрации обозначения в качестве места происхождения товара и выдачу свидетельства о праве пользования этим наименованием.

Законом прекращается правовая охрана места происхождения товара, если его регистрация будет признана недействительной или в случаях исчезновения характерных для данного объекта условий или утратой товаром присущих ему особых свойств.

Аннулирование регистрации производится Патентным ведомством при ликвидации юридического лица - обладателя свидетельства или на основании заявления обладателя свидетельства.

# 7.Фирменное наименование

**Фирменное наименование** - имя или обозначение, позволяющее идентифицировать предприятие физического или юридического лица и охраняемое против неправомерных действий третьих лиц. Официального определения этого понятия нет ни в законах, ни в каких-либо нормативных актах.

В Парижской конвенции лишь указано, что фирменное наименование охраняется во всех странах Союза без обязательной заявки или регистрации независимо от того, входит ли оно в состав товарного знака. Из этого следует, что нет необходимости подавать заявку на охрану наименования своей фирмы и регистрировать его - оно должно охраняться как в своей стране, так и в странах - участницах Парижской конвенции уже в силу существования данной фирмы или данного предприятия, имеющего свое наименование.

Употребление такого же имени третьими лицами является нарушением прав владельца фирмы и этот конфликт решается в судебном порядке. Чтобы оградить свою фирму или предприятие от подобного конфликта, нужно отказаться от использования в наименовании фирмы слова или сочетания слов иностранного происхождения и тщательно следить за уже употребляемыми или вновь заявляющимися наименованиями отечественных фирм и совместных предприятий.

# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

*Закон РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Ведомости РФ. 1992. № 42. Ст. 2322*

*Белиловский Е.Л. Методические рекомендации по установлению факта нарушения патента. - М.: НПО "Поиск", 1993. - 12 с.
Гришаев С.П. Правовая охрана* *изобретений, промышленных образцов, полезных моделей в России и за рубежом. - М., 1993. - 71 с.
Интеллектуальная собственность. Словарь-справочник. - М., 1995. - 335 с.
Как защитить интеллектуальную собственность в России. Правовое и экономическое регулирование: Справочное пособие. - М.: ИНФРА-М, - 1995.
Коммерческое право. Ред. В. Ф. Попондопуло, В. Ф. Яковлева, С.-Петербург, 1997*

*Коняев.Н.И. Право на товарный знак и промышленный образец. Куйбышев, 1984*

*Кукрус А.Ю., Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980*

*Лынник Н.В., Шахновская В.Б. Определение ущерба от нарушения патента. - М.: ВНИИПИ, 1994. - 46 с.
Методические рекомендации по составлению совокупности существенных признаков промышленного образца. - М.: ВНИИПИ, 1994. - 43 с.
Мухопад В.И. Международная торговля лицензиями. - М., 1994. - 103 с.
Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975*

*Охрана изобретений и полезных моделей по патентному закону РФ. Под ред А.Д. Корчагина. - С.-Петербург, 1993.
Патентный закон Российской Федерации. - М.: ВНИИПИ, 1992. - 29 с.
Селяков В.А. Правовая охрана промышленных образцов в России. - М.: ВНИИПИ, 1994. - 32 с.
Сергеев А. П. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995*

*Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в РФ. М., 1996. - 704 с.
Товарный знак и знак обслуживания: - М.: НПО "Поиск", 1993. - 24 с.
Фейгельсон В.М. Защита производственно- коммерческой деятельности от нарушения прав интеллектуальной собственности. - М.: ВНИИПИ, 1995. - 39 с.
Финкель Н.К. Правовая охрана полезных моделей. - М., 1992. - 49 с.
Шершеневич.Г. Ф. Учебник торгового права. Москва, 1994*

*Шестимиров А.А. Товарные знаки. (Уч. пособие). - М.: ВНИИПИ, 1995. - 293 с.
Шестимиров А.А., Минаев А.А. Промышленные образцы. - М., 1995. - 397 с.
Шестимиров А.А. Составление заявки на изобретение в РФ. - М., 1996. - 272 с.*

1. Коммерческое право. Ред. В. Ф. Попондопуло, С.-Петербург, 1997, В. Ф. Яковлева, стр. 180 [↑](#footnote-ref-1)
2. Н. И. Коняев. Право на товарный знак и промышленный образец. Куйбышев, 1984, стр. 9 [↑](#footnote-ref-2)
3. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 3-4 [↑](#footnote-ref-3)
4. А. Ю. Кукрус, Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980, стр. 39 [↑](#footnote-ref-4)
5. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 5-9 [↑](#footnote-ref-5)
6. Коммерческое право. Ред. В. Ф. Попондопуло, В. Ф. Яковлева, С.-Петербург, 1997, стр. 179-180 [↑](#footnote-ref-6)
7. Н. И. Коняев. Право на товарный знак и промышленный образец. Куйбышев, 1984, стр. 8 [↑](#footnote-ref-7)
8. Коммерческое право. Ред. В. Ф. Попондопуло, В. Ф. Яковлева, С.-Петербург, 1997, стр. 180 [↑](#footnote-ref-8)
9. Г. Ф. Шершеневич. Учебник торгового права. Москва, 1994, стр. 179 [↑](#footnote-ref-9)
10. А. Ю. Кукрус, Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980, стр. 44 [↑](#footnote-ref-10)
11. Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975, стр. 103 [↑](#footnote-ref-11)
12. А. Ю. Кукрус, Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980, стр. 47-53 [↑](#footnote-ref-12)
13. Г. Ф. Шершеневич. Учебник торгового права. Москва, 1994, стр. 182 [↑](#footnote-ref-13)
14. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 38 [↑](#footnote-ref-14)
15. Г. Ф. Шершеневич. Учебник торгового права. Москва, 1994, стр. 181 [↑](#footnote-ref-15)
16. Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975, стр. 103 [↑](#footnote-ref-16)
17. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 40 [↑](#footnote-ref-17)
18. Н. И. Коняев. Право на товарный знак и промышленный образец. Куйбышев, 1984, стр. 10 [↑](#footnote-ref-18)
19. Н. И. Коняев. Право на товарный знак и промышленный образец. Куйбышев, 1984, стр. 10 [↑](#footnote-ref-19)
20. Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975, стр. 104 [↑](#footnote-ref-20)
21. А. Ю. Кукрус, Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980, стр. 54 [↑](#footnote-ref-21)
22. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 44 [↑](#footnote-ref-22)
23. А. Ю. Кукрус, Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980, стр. 55 [↑](#footnote-ref-23)
24. Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975, стр. 105 [↑](#footnote-ref-24)
25. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 45 [↑](#footnote-ref-25)
26. А. Ю. Кукрус, Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980, стр. 58 [↑](#footnote-ref-26)
27. Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975, стр. 106 [↑](#footnote-ref-27)
28. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 45 [↑](#footnote-ref-28)
29. Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975, стр. 105 [↑](#footnote-ref-29)
30. А. Ю. Кукрус, Х. Койтель. Охрана промышленной собственности. Таллин, 1980, стр. 59 [↑](#footnote-ref-30)
31. А. П. Сергеев. Право на фирменное наименование и товарный знак. С.-Петербург, 1995, стр. 47 [↑](#footnote-ref-31)
32. Охрана изобретений и товарных знаков. Правовые и экономические проблемы. Ред. З. К. Аумейстер, Рига, 1975, стр. 115 [↑](#footnote-ref-32)
33. Коммерческое право. Ред. В. Ф. Попондопуло, В. Ф. Яковлева, С.-Петербург, 1997,стр. 182 [↑](#footnote-ref-33)