**Патенты на изобретения**

**1. Патентная политика современной компании**Все, что вокруг нас, всё, что сегодня используется нами, было когда-то изобретено человеком, его творческим гением. Трудно переоценить роль изобретательского ума не только для истории человечества в целом, но и локально – для развития экономики. В условиях рынка объекты интеллектуальной собственности представляют собой значительные [материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ьные ценности. Поэтому для современной компании возрастает актуальность разработки грамотной и эффективной патентной политики. Патентная политика компании позволяет ей создавать оптимальные рыночные условия – осуществляет защиту от конкурентов за счет оформления монопольных прав на новую продукцию («стратегия щита»), а также блокировать деятельность конкурентов, контролировать рынок и преследовать нарушителей («стратегия меча»).

Для этого необходимо сформировать портфель исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности. Все охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности предприятия должны быть инвентаризованы, оценены, учтены и должны участвовать в бизнесе. Для создания «патентного портфеля» в компании требуется ввести:

• систему выявления охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности и выбора форм их правовой охраны;

• получение охранных документов в Российской Федерации;

• отбор объектов для патентования за рубежом, выбор стран и процедур патентования;

• принятие решений о целесообразности поддержания в силе патентов предприятия;

• приобретение прав на пользование объектов интеллектуальной собственности, принадлежащих другим предприятиям и предоставление права пользования собственными объектами исключительных прав иным пользователям.

**Патент – это правоустанавливающий документ, удостоверяющий приоритет, авторство изобретения, полезной модели или промышленного образца и исключительное право на изобретение, полезную модель или промышленный образец.**

Качественно оформленный патент на изобретение выполняет, по меньшей мере, две функции:

• защищает Вашу интеллектуальную собственность от копирования и хищения;

• является маркетинговым инструментом, подтверждающим легитимность Вашей продукции по сравнению с конкурентами, ее новизну, современность.

Ценность патента заключается в возможности его использования как документа, дающего исключительное право правообладателю использовать самому и запрещать всем остальным подобное использование без его согласия. То есть, патент должен содержать такую формулу и должен быть так грамотно оформлен, чтобы его невозможно было «обойти» и с ним можно было бы эффективно защитить интеллектуальную собственность в суде.

**2. Понятие изобретения**

В качестве изобретения охраняется техническое решение в любой области, относящееся к продукту (в частности, устройство, вещество, штамм микроорганизма, культура (линия) клеток растений или животных), или к способу (процессу осуществления действий над [материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ьными объектами с помощью [материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ьных средств).

Не являются изобретениями открытия, а также научные теории и математические методы; решения, касающиеся только внешнего вида изделий и направленные на удовлетворение эстетических потребностей; правила и методы игр, интеллектуальной или хозяйственной деятельности; программы для ЭВМ; решения, заключающиеся только в представлении информации. Не предоставляется правовая охрана в качестве изобретения сортам растений, породам животных и биологическим способам их получения, за исключением микробиологических способов и продуктов, полученных такими способами, а также топологиям интегральных микросхем.

**3. Порядок патентования изобретения в Российской Федерации**

Для того чтобы получить патент на изобретение в РФ, надо подать заявку в Федеральный институт промышленной собственности. Заявка подается лицом, обладающим правом на получение патента, в частности, автором изобретения, работодателем автора, правопреемником автора или работодателя. Патент на изобретение могут получать как физические, так и юридические лица, либо и те, и другие вместе. Взаимоотношения между патентообладателями решаются в гражданско-правовом порядке путем заключения договора. Каждый из патентообладателей может использовать изобретение по своему усмотрению, например, в собственном производстве. Но распоряжение исключительным правом (отчуждение или предоставление лицензии) осуществляется совместно.

Заявка подается заявителем самостоятельно, через патентного поверенного или через иного представителя. Возможно представление заявки по факсу. Оригиналы документов заявки, переданных по факсу, должны быть представлены в течение одного месяца с даты поступления их по факсу вместе с сопроводительным письмом, идентифицирующим документы, поступившие ранее по факсу. При соблюдении этого условия датой поступления документа считается дата поступления его по факсу.  
Заявка должна относиться к одному изобретению или группе изобретений, связанных между собой настолько, что они образуют единый изобретательский замысел.

**Заявка на выдачу патента должна содержать:**

• заявление о выдаче патента с указанием автора изобретения и лица, на имя которого испрашивается патент;

• описание изобретения, раскрывающее его с полнотой, достаточной для осуществления;

• формулу изобретения, выражающую его сущность и полностью основанную на описании;

• чертежи и иные [материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ы, если они необходимы для понимания сущности изобретения;

• реферат.

К заявке прилагается документ, подтверждающий уплату патентной пошлины в установленном размере, или документ, подтверждающий основания для освобождения от уплаты патентной пошлины, либо уменьшения ее размера, либо отсрочки ее уплаты.

Описание изобретения в заявке. Для того чтобы получить патент на изобретение, закон требует описать изобретение «с полнотой, достаточной для осуществления». Другими словами – полностью раскрыть суть изобретения.  
Описание начинается с названия изобретения, которое должно быть кратким и точным. Название изобретения, как правило, характеризует его назначение. В случае установления рубрики действующей редакции Международной патентной классификации (далее - МПК), к которой относится заявляемое изобретение, индекс этой рубрики приводится перед названием. Описание содержит следующие разделы: область техники, к которой относится изобретение; уровень техники; раскрытие изобретения; краткое описание чертежей (если они содержатся в заявке); осуществление изобретения.  
**Содержание разделов описания:**

1) В разделе описания «Область техники, к которой относится изобретение» указывается область применения изобретения. Если таких областей несколько, указываются преимущественные.

2) В разделе «Уровень техники» приводятся сведения об известных заявителю аналогах изобретения с выделением из них аналога, наиболее близкого к изобретению (прототипа).

В качестве аналога изобретения указывается средство того же назначения, известное из сведений, ставших общедоступными до даты приоритета изобретения. После описания аналогов в качестве наиболее близкого к изобретению указывается тот, которому присуща совокупность признаков, наиболее близкая к совокупности существенных признаков изобретения.

Сущность изобретения как технического решения выражается в совокупности существенных признаков, достаточной для достижения обеспечиваемого изобретением технического результата.

Признаки относятся к существенным, если они влияют на возможность получения технического результата, т.е. находятся в причинно-следственной связи с указанным результатом.

3) В разделе «Осуществление изобретения» показывается, как может быть осуществлено изобретение с реализацией указанного заявителем назначения, предпочтительно путем приведения примеров, и со ссылками на чертежи или иные графические [материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ы, если они имеются.

Формула изобретения предназначается для определения объема правовой охраны, предоставляемой патентом. Формула изобретения должна быть полностью основана на описании, т. е. характеризуемое ею изобретение должно быть раскрыто в описании, а определяемый формулой изобретения объем правовой охраны должен быть подтвержден описанием. Формула изобретения должна выражать сущность изобретения, т. е. содержать совокупность его существенных признаков, достаточную для достижения указанного заявителем технического результата.

Формула может быть однозвенной и многозвенной и включать, соответственно, один или несколько пунктов.

Однозвенная формула изобретения применяется для характеристики одного изобретения совокупностью признаков, не имеющей развития или уточнения применительно к частным случаям его выполнения или использования.

Многозвенная формула применяется для характеристики одного изобретения с развитием и/или уточнением совокупности его признаков применительно к частным случаям выполнения или использования изобретения или для характеристики группы изобретений.

Заявка на выдачу патента на изобретение проходит формальную экспертизу, экспертизу по существу на соответствие критериям охраноспособности – новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость. По результатам экспертизы принимается решение о выдаче патента либо об отказе в выдаче патента.

**4. Международное патентование изобретений**

В связи со становлением рыночной экономики в России, возрождается и экспорт российских изделий ([материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ов), технологий за рубеж. Но прежде чем начинать работу с иностранными компаниями, необходимо принять меры по международной патентной защите своих инноваций. Поскольку российский патент предоставляет правовую охрану изобретению только на территории нашей страны, то при экспорте изделий ([материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ов), основанных на изобретении, или при продаже лицензий на технологии за рубеж, необходимо иметь зарубежные патенты.

В настоящее время охрану промышленной собственности за рубежом можно осуществить в рамках различных международных договоров и соглашений. Важным является выбор процедуры патентования. Существуют следующие процедуры патентования:

Традиционная процедура предусматривает подачу заявки в патентное ведомство того государства, на территории которого заявитель намерен получить патент. Для получения патентов в нескольких странах потребуется оформить заявочные [материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ы в соответствии с требованиями патентного законодательства каждого государства. Эта процедура оправдана, когда заявитель заинтересован в быстрой охране своего изобретения на территории одного или нескольких конкретных государств, в которых уже определена перспектива коммерческой реализации изобретения.

Региональная процедура предусматривает подачу заявки в региональное патентное ведомство. В этом случае заявители используют те права, которые им могут быть предоставлены в соответствии с той или иной региональной конвенцией. Такая процедура оправдана в тех случаях, когда заявитель заинтересован в охране своей промышленной собственности на территории нескольких государств, являющихся участниками одного и того же регионального договора или соглашения. К числу таких региональных договоров относятся Европейская и Евразийская патентные конвенции, а также Соглашение о создании африканской организации интеллектуальной собственности и Соглашение о создании африканской региональной организации по охране промышленной собственности. Два последних соглашения охватывают практически все страны Африки, причем одно из них – Соглашение о создании африканской организации интеллектуальной собственности – включает франкоязычные страны, а второе – Соглашение о создании африканской региональной организации по охране промышленной собственности – англоязычные.

Процедура РСТ, осуществляемая в соответствии с Договором о патентной кооперации (РСТ – от англоязычного названия Договора: Patent Cooperation Treaty). Число заявителей, отдающих предпочтение этой процедуре, растет с каждым годом. Международное патентование по процедуре PCT целесообразно в том случае, если изобретение должно быть защищено в нескольких разных странах.

Патентование изобретений по процедуре PCT предусматривает 2 фазы: международную и национальную.

На международной фазе путем подачи одной заявки в одно принимающее ведомство (Роспатент, Евразийское патентное ведомство или Международное бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности) испрашивается патентная охрана изобретения одновременно во всех странах (137 государств), связанных Договором о патентной кооперации. Если поданная заявка соответствует формальным требованиям PCT, то она рассматривается как соответствующая требованиям оформления национальной заявки при переходе до истечения 30 месяцев с даты приоритета на национальную фазу в выбранных странах.

На национальной фазе через патентных поверенных выбранных стран подаются заявки на выдачу патентов в национальные патентные ведомства. Проводится экспертиза национальных заявок на выдачу патента на изобретение в соответствии с требованиями патентных законодательств выбранных стран. При этом возможно получение патентов в одних странах, и неполучение в других странах, так как патентные законы различных стран не унифицированы. Тем не менее, зарубежное патентование по процедуре РСТ всё более популярно.

Главное преимущество патентования по процедуре PCT состоит в том, что заявитель может отложить на 30 месяцев с даты подачи российской заявки свое окончательное решение о том, в каких странах мира он хочет получить охрану своих патентных прав. Таким образом, заявитель имеет время для маркетинговых исследований, чтобы уточнить, в каких государствах его изобретение будет иметь коммерческий успех, и правильно выбрать страны патентования.

Наиболее эффективная защита инноваций – это их своевременное патентование, т.е. закрепление исключительных прав на использование нового способа и (или) технического решения. В современном бизнесе необходимо защищать не только [материал](https://moodle.birskdo.ru/mod/glossary/showentry.php?eid=2126&displayformat=dictionary)ьные инвестиции и активы, но и результаты интеллектуальной деятельности, которые, за счет своей технологичности, оригинальности и неизвестности другим участникам рынка, дают ощутимое конкурентное преимущество в делах и обеспечивают существенную часть прибыли.

# Промышленные образцы

К промышленным образцам гражданское законодательство относит результаты творчества дизайнеров – создателей внешнего вида самых разнообразных изделий.

В качестве промышленного образца охраняется художественно-конструкторское решение изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства, определяющее его внешний вид (п.1 ст.1352 ГК).

**Понятие изделия в российском гражданском законодательстве**

Понятие изделие толкуется в российском гражданском законодательстве широко, под изделием понимается любое изделие, в частности, составное изделие, самостоятельные компоненты для сборки в составное изделие, упаковка, этикетка, эмблема, шрифт.

Действительно, в качестве промышленного образца охрану может получить внешний вид часов, посуды, обуви, одежды, мебели, станков, самолетов, автомобилей, парковых ансамблей, графических изображений, интерьеров салонов автобусов, кафе и многих – многих других изделий.

Вместе с тем, российским законодателем установлены и некоторые ограничения.

На основании п.5 ст.1352 не предоставляется правовая охрана в качестве промышленного образца:

1) решениям, обусловленным исключительно технической функцией изделия;

2) объектам архитектуры (кроме малых архитектурных форм), промышленным, гидротехническим и другим стационарным сооружениям;

3) объектам неустойчивой формы из жидких, газообразных, сыпучих или им подобных веществ.

Наиболее полное представление об изделиях, к которым относятся создаваемые в мире промышленные образцы, дает Международная классификация промышленных образцов (МКПО), так называемая Локарнская классификация, которая включает 255 классификационных рубрик, в том числе 32 класса и 223 подкласса изделий. Каждый из подклассов включает длинный перечень видов изделий (порядка 50 - 150 наименований).

**Отличия промышленного образца от изобретений и полезных моделей**

Промышленный образец следует отличать от изобретений и полезных моделей. Общим для этих объектов является то, что их патентование регулируется одной главой законодательства об интеллектуальных правах (гл. 72 ГК).

Вместе с тем между этими объектами имеются принципиальные отличия.

Промышленный образец – это художественно-конструкторское решение внешнего вида изделия, придающее ему определенные эстетические и эргономические качества, делающее изделие более привлекательным для покупателей. Дизайн изделия, бесспорно, рассматривается как важнейший фактор, определяющий конкурентоспособность изделия на рынке товаров.

Изобретение, как и его разновидность - полезная модель, является техническим решением некоей утилитарной задачи, обеспечивающим изменение или получение новых технических характеристик того объекта, в котором изобретение будет воплощено. К таким объектам, в которых воплощаются изобретения, относятся не только устройства (изделия), но и вещества, способы, а также штаммы микроорганизмов и культуры клеток растений или животных.

Следует отметить, что изобретение также может быть направлено на улучшение характеристик внешнего вида изделия. Однако в таком случае улучшение достигается путем технического решения задачи. Такие решения не охраняются как промышленные образцы.

Гражданским кодексом ((пп.1) п.5 ст.1352 ГК) прямо установлено, что если решение внешнего вида изделия обусловлено исключительно технической функцией изделия, то оно не может охраняться патентом на промышленный образец. В таком случае следует получать патент на изобретение.

**Новый промышленный образец**

Промышленный образец признается новым, если совокупность его существенных признаков, нашедших отражение на изображениях изделия и приведенных в перечне существенных признаков промышленного образца, не известна из сведений, ставших общедоступными в мире до даты приоритета промышленного образца.

Приоритет промышленного образца устанавливается по дате подачи заявки в Роспатент, содержащей заявление о выдаче патента, комплект изображений изделия, описание промышленного образца и перечень существенных признаков промышленного образца. Кроме того, существует ряд льгот по установлению приоритета. Приоритет может быть в частности, установлен по дате подачи первой заявки в стране - участнице Парижской конвенции, если заявка поступила в Роспатент в течение 6 месяцев с этой даты.

**Оригинальный промышленный образец**

Промышленный образец признается оригинальным, если его существенные признаки определяют творческий характер изделия.

**Право на подачу заявки и получение патента на промышленный образец**

Право на подачу заявки на выдачу патента на промышленный образец и получение патента имеет автор, его работодатель в случаях, определенных в Гражданском кодексе и правопреемники указанных лиц (п.3 ст.1228 ГК).

**Документы заявки на выдачу патента на промышленный образец**

Требования к составу документов заявки на промышленный образец установлены законодательством (ст.1377 ГК).

Заявка на промышленный образец должна включать (п.2 ст.1377 ГК):

1) заявление о выдаче патента с указанием автора промышленного образца и лица, на имя которого испрашивается патент, а также места жительства или места нахождения каждого из них;

2) комплект изображений изделия, дающих полное детальное представление о внешнем виде изделия;

3) чертеж общего вида изделия, эргономическую схему, конфекционную карту, если они необходимы для раскрытия сущности промышленного образца;

4) описание промышленного образца;

5) перечень существенных признаков промышленного образца.

К заявке прилагается документ, подтверждающий уплату патентной пошлины за подачу и экспертизу по существу заявки на промышленный образец.

За подачу заявки, а также за совершение юридически значимых действий, связанных с получением патента, взимаются пошлины (п. 5 ст.1374 ГК). Их размер определен «Положением о пошлинах за патентование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, регистрацию товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, предоставление права пользования наименованиями мест происхождения товаров» (далее – Положение о пошлинах). Заявка представляется в Роспатент непосредственно или направляется почтой. Заявка может быть передана по факсу с дальнейшим представлением ее оригинала.

**Патент на промышленный образец за рубежом**

Существующий порядок патентования отечественных изобретений и полезных моделей за рубежом, регламентированный статьей 1395 ГК, требующий предварительной подачи заявки в России, на промышленные образцы не распространяется.

Патентование обычно осуществляется путем подачи заявки непосредственно в зарубежное патентное ведомство, например, в Патентное ведомство Китая с целью получения патента на территории Китая.

При этом необходимо знать национальные особенности патентования промышленных образцов в интересующей вас стране, и, конечно же, необходимо завязать деловые связи с патентными поверенными тех стран, в которых Вы намерены запатентовать свой промышленный образец. По законам всех стран взаимодействие с национальными патентными ведомствами может осуществляться только через национальных патентных поверенных.

**Товарные знаки**

|  |
| --- |
| **Товарный знак в стратегическом управлении интеллектуальной собственностью**  Неотъемлемым элементом рыночной экономики являются средства индивидуализации товаров и услуг. К таковым, в соответствии с Гражданским кодексом относятся товарные знаки и знаки обслуживания. Чуткая реакция рынка на производимые продукты выражается в колебаниях потребительского спроса на них и объемах продаж. Товарный знак (или торговая марка) являясь своеобразным звеном между изготовителем и потребителем, служит активным средством привлечения внимания покупателей к маркируемым товарам и позволяет потребителям выбрать необходимые им товары определенного производителя.  В современном международном бизнесе отмечается возрастающая роль товарных знаков и марок обслуживания в стратегическом управлении интеллектуальной собственностью. Отчасти это связано с тем, что они (товарные знаки) имеют неограниченный срок жизни, получение и поддержка правовой охраны дешевле, чем, например, для патентов. Дебаты относительно того, какой вид интеллектуальной собственности - патенты, товарные знаки, объекты авторского права или ноу-хау, следует принять в качестве доминирующего в перспективном планировании деятельности фирм, заканчиваются зачастую в пользу товарных знаков. Большая буква "М" над ресторанами быстрого обслуживания McDonald обеспечивает их владельцам целое состояние, хотя, как известно, на гамбургеры нет патентов.  Возрастает интерес к приобретению прав на товарные знаки и в Российской Федерации, что подтверждается ростом количества заявок, поступающих на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания в Патентное ведомство Российской Федерации. Так, если в 1980-1988 гг. число таких заявок составляло примерно от 5 до 7 тыс. то в последующие годы, с 1989 по 1996 г., оно равнялось примерно 20-25 тыс. в год.  Товарный знак является одним из старейших видов маркировки продукции, помогающий потребителю в его решении о покупке, а изготовителю - в реализации своей продукции и успешном функционировании в условиях рыночной конкуренции.  Товарный знак и знак обслуживания - это обозначения, способные отличать соответственно товары и услуги одних производителей от однородных товаров и услуг других производителей.  Многим хорошо известны такие торговые марки-наименования, как Coca-Cola, Ponasonic, Sony, SAAB, OPEL, VOLVO, NISSAN, BOSH, IBM, Polaroid, Microsoft, торговые марки-знаки.  **Функции товарных знаков**  Товарные знаки важны как для продавцов, так и для покупателей. Товарный знак является своеобразным символом, указывающим, кто несет за данный товар ответственность. При выборе товара покупатель ориентируется на товарный знак. В случае удовлетворения покупкой в следующий раз он будет руководствоваться просто товарным знаком.  Товарный знак служит нескольким целям. С точки зрения лица, заинтересованного в покупке, он служит ориентиром при выборе того или иного товара. Выбор основывается на ожидаемых свойствах товара, в этом случае функция товарного знака состоит в том, чтобы указывать покупателю на наличие того или иного качества товара.  Другой функцией товарного знака является выделение товара или услуг конкретного производителя из однородных товаров и услуг других производителей. Данную функцию [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) может выполнять лишь в том случае, если он обладает "различительной способностью". Согласитесь, что потребителю трудно определить конкретного производителя среди многих, если производители имеют похожие символы. Наглядным примером отсутствия различительной способности могут служить наименования и символика двух фирм, занимающихся изготовлением мебели, у которых оказались похожими не только фирменные обозначения, но и фирменные наименования. В Санкт-Петербурге имеется мебельная фирма "Дима и компания", занимающаяся производством и реализацией мебели, и мебельная компания "Дмитрий". В телефонном справочнике Петербургской телефонной сети за 1998 г. "Весь Петербург" рекламные модули двух этих фирм расположены один над другим. Принимая во внимание, что в качестве фирменного обозначения и та, и другая фирма выбрала изображение мягкого дивана, можно сделать вывод, что потребителю трудно выделить нужного ему производителя только по фирменному обозначению указанных фирм, так как последние не обладают различительной способностью.  Кроме того, что [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) выделяет товар конкретного производителя из однородных товаров и услуг других производителей, [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) позволяет определить источник происхождения товара, так как сведения о владельцах товарных знаков внесены в Реестр товарных знаков, зарегистрированных в Патентном ведомстве.  Еще одной немаловажной функцией товарного знака является рекламирование. Товарные знаки благодаря связи с товарами дают обществу информацию о товарах и услугах, помогая стимулировать и сохранять спрос на них, а предприятию и товару обеспечивают широкую известность.  Схематично взаимосвязь товарного знака с экономическими интересами производителей и потребителей можно представить в виде схемы.  Одним из основных законодательных актов, регулирующих отношения, связанные с правовой охраной товарных знаков является Закон РФ " О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров". В соответствии с этим законом правовая охрана товарного знака предоставляется на основании его государственной регистрации в Патентном ведомстве России.  Владелец товарного знака имеет исключительное право пользоваться и распоряжаться товарным знаком, а также запрещать его использование другим лицам. Незаконное использование товарного знака или сходного с ним обозначения влечет за собой гражданскую и (или) уголовную ответственность. (ст.46 Закона "О товарных знаках", ст.12 ГК РФ, ст. 180 УК РФ).  **Сущность правовой охраны товарных знаков**  Сущность юридической охраны товарного знака состоит в том, чтобы предоставить его владельцу возможность неограниченного использования знака, исключая из числа пользователей всех других лиц. Право на [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) является абсолютным. Никто, кроме управомоченного лица не может пользоваться знаком. Любое использование знака другими лицами без согласия правообладателя, составляет правонарушение. Следует помнить, что действие права на [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) ограничивается:   * перечнем товаров, указанных в свидетельстве; * территорией страны регистрации; * сроком, на который данный [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) зарегистрирован.   Правовая охрана может быть предоставлена в силу международных договоров Российской Федерации. Так, статьей 6-bis Парижской конвенции предусмотрен льготный режим охраны "общеизвестных" знаков, к которым относятся обозначения, известные широким слоям потребителей благодаря большому объему их использования и интенсивной рекламе. Например, к общеизвестным относится знак "McDonald's", на рекламу которого в 1974-1979 гг. фирма затратила 57 млн. долларов.  "Общеизвестные" товарные знаки охраняются без регистрации, а в некоторых странах этим знакам предоставляется правовая охрана, выходящая за рамки тех товаров, для которых эти знаки используются. Одним из окружных судов США было признано сходство обозначений "Winston" и "Wilsons". Было подчеркнуто, что сигареты "Winston" появились в продаже в 1954 г. и их реклама активно ведется до настоящего времени.  **Правовая охрана товарных знаков в России**  Определяя роль и место конкретного изготовителя на рынке, гарантируя качество продукции, [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) приобретает большую экономическую ценность , превращаясь в средство, способное не только информировать широчайшие круги потребителей, но и вырабатывающее у них автоматизм в приобретении товара определенного изготовителя.  Появление товарных знаков, указывающих на производителя товаров, в основном, связано с периодом становления товарно-денежных отношений, когда ремесленники и мастеровые стали ставить отличительные знаки (клейма) на свою продукцию - оружие, кухонную утварь.  В России определение понятия товарного знака в законодательстве впервые появляется в 1767 г., когда был принят Новоторговый Устав, содержащий правовые нормы, регулирующие внутреннюю и внешнюю торговлю.  Однако по мере использования товарных знаков все чаще стали появляться случаи фальсификации, когда дешевые подделки при наличия на них знака, сходили за изделия признанных мастеров. Чтобы остановить фальсификаторов, требовались юридические методы защиты. В России законом 1830 г., содержащим правила и способы клеймения товаров, устанавливалась уголовная ответственность за нарушение прав на товарный знак, в том числе за подделку товара или клейма.  Начиная с конца Х1Х в. был подписан ряд международных соглашений в области охраны промышленной собственности - Парижская конвенция 1883 г., Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков 1891 г. и т.д.  В настоящее время в России отношения, возникающие в связи с созданием, регистрацией, правовой охраной и использованием товарных знаков, регулируются целым рядом законодательных актов: Гражданским Кодексом РФ, Законом РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров", Законом " Об авторском праве и смежных правах", Законом "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности", Законом "О защите прав потребителей", Уголовным кодексом РФ, международными соглашениями и конвенциями, участниками которых является Россия, а также рядом подзаконных актов.  **Предупредительная маркировка**  Владелец товарного знака имеет право проставлять рядом с товарным знаком предупредительную маркировку, указывающую на то, что применяемое обозначение является зарегистрированным в Российской Федерации товарным знаком.  Предупредительная маркировка представляет собой специальное обозначение, свидетельствующее о том, что [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) охраняется, а следовательно, это гарантирует покупателю приобретение товара именно того производителя, на которого он рассчитывает.  Нормы о предупредительной маркировке с указанием ее формы содержатся в законодательствах таких стран, как США и Япония. Закон Японии, в частности, рекомендует для привлечения внимания к знаку и предупреждения его потенциальных нарушителей сопровождать знак маркировкой в виде латинской буквы R или R в окружности или словесного обозначения "товарный знак" или " зарегистрированный знак".  Кроме названных изображений в мировой практике получили распространение буквенные сочетания "ТM", а также слова "Trademark", "зарегистрированный знак", - "Registered Trademark" (Великобритания), "Marfue deposee" (Франция, Бельгия), "Marks Registrada" (латиноамериканские страны).4 Нанесение такого обозначения является правом, а не обязанностью владельца знака, что подкрепляется статьей 5D Парижской Конвенции.  В Российском законодательстве на данный момент не установлен вид маркировки, поэтому отечественные производители используют либо знак R, либо надпись "Зарегистрированная торговая марка (товарный знак)". Следует иметь в виду, что "незаконное использование предупредительной маркировки в отношении незарегистрированного товарного знака" влечет за собой уголовную ответственность в соответствии со ст. 180 УК РФ.  **Это интересно**  В настоящее время отечественные предприятия кардинально меняют ориентиры в своей деятельности, усиливают внимание к обеспечению правовой охраны выпускаемой продукции, маркировке ее зарегистрированными в установленном порядке товарными знаками. В качестве товарного знака регистрируется не только фирменное наименование: ЛОМО, ЛМЗ, ЛИВИЗ, КАРАВАЙ, но и выпускаемая продукция. Шоколад "Сказки Пушкина", набор "Третьяковская галерея" (фабрика "Красный Октябрь", Москва), печенье "Лимонное", "Персиковое", "Цитрусовое" (АООТ "Большевик", Москва), пиво "Ладожское", "Марна" (Пивоваренный завод "Бавария", С.-Петербург), колбасы "Приморская", "Красносельская" (АООТ "Самсон", С.-Петербург) - это всего лишь несколько примеров зарегистрированных товарных знаков продукции известных фабрик, проводящих активную политику укрепления своих торговых марок и фирменного наименования.  В современных условиях роль сервиса значительно возросла, поэтому приобретают особую актуальность знаки обслуживания. Банки, страховые компания, туристические агентства регистрируют свои фирменные обозначения в качестве знаков обслуживания в Патентном ведомстве - Инкомбанк, Промышленно-строительный банк, Интурист и др.  Активную политику патентно-правовой охраны товарных знаков и знаков обслуживания ведет, например, " Телекомпания "ВИД". В качестве товарного знака ею зарегистрированы обозначения "ВИД", "Поле чудес", "Академия", "Час Пик" и др. Андрей Макаревич зарегистрировал в качестве товарного знака обозначение "Смак", известное многим по популярной телепередаче и одноименной газете.  Существующая в настоящее время законодательная база дает возможность цивилизованного разрешения споров, возникающих в связи с незаконным использованием товарных знаков и знаков обслуживания - путем мирного урегулирования, обращения в Государственный комитет по поддержке новых экономических структур (ГКАП), либо в арбитражные суды.  Торговая марка является одним из главных элементов маркетинговой политики фирмы, представляя собой гарантию качества и обеспечивая безопасность потребителя. В современном мировом бизнесе наблюдается переход от неприятия интеллектуальной собственности, в том числе торговых марок, к стратегическому управлению этими корпоративными активами. Особую актуальность в связи с этим приобретает их правовая охрана. Чтобы надежно защитить свою продукцию от подделок, оградить свой рынок от конкурентов, а потребителей - от введения в заблуждение, производителю следует зарегистрировать свой [товарный знак](http://www.advesti.ru/glossary/desk/2463) в Патентном ведомстве России или других стран. |