



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ

В разделе публикуются исследовательские работы школьников, выполненные в самых разных областях знаний. В журнале представлены исследования участников различных всероссийских конкурсов и конференций. Работы прокомментированы учёными-специалистами в данных областях науки. Цель комментария — обратить внимание читателя как на сильные, так и на слабые стороны публикуемой работы; на различные методические и содержательные аспекты проведённого исследования

Товарные знаки и знаки обслуживания как результаты интеллектуальной деятельности



**Эссе победителей
Общероссийской
национальной
викторины
по интеллектуальной собственности для старшеклассников**

Автор:

Киреечева Валентина,
ученица 10 класса МОУ «Борисоглебская гимназия № 1»,
г. Борисоглебск, Воронежская обл.

Научный руководитель:

Голомазова Жанна Михайловна

Цель: изучить товарные знаки и знаки обслуживания как результат интеллектуальной деятельности.

Методика: изучение различной литературы, информационных источников о товарных знаках и знаках обслуживания.

Актуальность. В современном мире человеку достаточно сложно выбрать товар, необходимый ему, так как существует множество вариантов товаров от различных фирм-производителей. Для того, чтобы человеку было легче ориентироваться в обстановке огромного количества модификаций необходимого ему товара, требуются товарные знаки и знаки обслуживания.

Моя работа посвящена этим результатам интеллектуальной собственности, так как каждый покупатель должен приобретать такой товар, который ему не только наиболее подходит из всех предлагаемых ему вариантов, но и достаточно известен по фирме, зарекомендовавшей себя как производитель качественных товаров.



Большая Российская энциклопедия определяет интеллектуальную собственность как условный собирательный термин, включающий права, относящиеся к литературным, художественным и научным произведениям, исполнительскую деятельность артистов, научные открытия, изобретения, права, связанные с различными видами промышленной собственности и т.д. В формулировку «промышленная собственность» входят товарные знаки, знаки обслуживания, промышленные образцы и т.д.

Начинать привлечение покупателей необходимо именно с товарных знаков. Это некая визитная карточка товара, которая помогает человеку узнать необходимый ему товар.

Введение

Сегодня термин «интеллектуальная собственность» чрезвычайно популярен. Его употребляют в разговорах все: от президентов до рядовых менеджеров, и каждый понимает его по-своему. Одни считают, что интеллектуальная собственность — это патенты, другие уверены, что это товарный знак или разработанная ими формула. Большая Российская энциклопедия определяет интеллектуальную собственность как условный собирательный термин, включающий права, относящиеся к литературным, художественным и научным произведениям, исполнительскую деятельность артистов, научные открытия, изобретения, права, связанные с различными видами промышленной собственности и т.д. В формулировку «промышленная собственность» входят товарные знаки, знаки обслуживания, промышленные образцы и т.д.

Я решила рассмотреть товарные знаки и знаки обслуживания как результаты интеллектуальной деятельности, так как считаю, что эта тема должна быть интересна не только владельцам товарных знаков, но и простым покупателям. Тем более что на уроках экономики мы разрабатывали свои бизнес-планы, где я представляла фирму «Старый часовщик». В качестве товарного знака я использовала словесное обозначение «Старый часовщик» для выделения своей фирмы из множества других, занимающихся производством и/или реализацией часов. Если бы я собиралась в действительности зарегистрировать этот товарный знак, мне необходимо было бы обязательно проверить наличие уже зарегистрированных товарных знаков с идентичным словесным обозначением. А также пройти все другие пункты регистрации товарных знаков, чтобы моя продукция могла реализовываться в условиях рынка и конкуренции.

Роль товарных знаков

Товарные знаки необходимы для привлечения клиентов, то есть идентификации товаров. Если товарный знак заработал данную репутацию на рынке товаров и услуг, значит, у покупателей сложился определённый стереотип, относящийся к данному товару. Чтобы потребительский спрос возрос на определённый товар, продавцу/производителю необходимо каким-то образом выделить его из других идентичных товаров (например, из бесчисленного множества безалкогольных газированных напитков). Начинать привлечение покупателей необходимо именно с товарных знаков. Это некая визитная карточка товара, которая помогает человеку узнать необходимый ему товар. Также для повышения потребительского спроса необходимо, чтобы покупатель был уверен в качестве продукта, выпущенного под данным товарным знаком. Поэтому товарный знак играет очень важную роль для покупателей при их выборе продукции.

Товарные знаки и законодательство

В силу своей значимости, требуется правовое определение и защита товарных знаков. Изучая юридическую литературу, прежде всего я ознакомилась с Законом РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».

Действующее законодательство определяет товарный знак как обозначение, способное отличать товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц. Существует ряд условий, которым должно отвечать обозначение, чтобы быть признанным товарным знаком, т. е. стать объектом правовой охраны. В законе нет перечня этих необходимых условий, однако, их легко можно вывести.

Итак, товарный знак — это условное обозначение (символ), который помещается на выпускаемой продукции и заменяет подчас длинное и неудобное наименование изготовителя товара. Очевидно, что не может считаться товарным знаком размещение на изделии полных сведений, касающихся изготовителя товара. То или иное обозначение может быть признано товарным знаком лишь в том случае, если оно позволяет потребителю без труда узнать нужную ему продукцию и не спутать с аналогичной продукцией других производителей. Поэтому необходимым условием правовой охраны знака является его новизна. Закон говорит нам, что новыми будут считаться лишь такие условные обозначения товаров, которые по своему содержанию не являются тождественными до степени смешивания:

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, охраняемых без регистрации в силу международных договоров РФ;

в) с фирменными наименованиями (или их частью), принадлежащими другим лицам, получившим право на эти наименования ранее поступления заявки на товарный знак в отношении однородных товаров;

г) с наименованиями мест происхождения товаров, охраняемыми в РФ, кроме случаев, когда они включены в товарный знак как неохраняемый элемент, регистрируемый на имя лица, имеющего право на пользование таким наименованием.

Из вышеперечисленного вытекает, что закон РФ, как и большинство зарубежных, закрепляет принцип не абсолютной, а относительной новизны условных обозначений, заявляемых в качестве товарных знаков. Это означает, что регистрация того или иного обозначения в качестве товарного знака в каких-либо других странах не препятствует признанию данного обозначения товарным знаком в РФ, если иное не вытекает из международных соглашений, в которых участвует РФ.

То или иное обозначение может быть признано товарным знаком лишь в том случае, если оно позволяет потребителю без труда узнать нужную ему продукцию и не спутать с аналогичной продукцией других производителей. Поэтому необходимым условием правовой охраны знака является его новизна.



Незаконным использованием товарного знака признаётся использование без разрешения правообладателя в гражданском обороте на территории России товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров (п. 2 ст. 4 закона).

Правовая охрана товарных знаков

В связи с тем, что не каждое обозначение, зарегистрированное в какой-либо стране как товарный знак, является товарным знаком в Российской Федерации, весьма актуальна проблема обеспечения их правовой охраны.

Практика последних лет показывает, что владельцы интеллектуальной собственности, в состав которой входят и товарные знаки, активно включились в защиту своих прав. Главным инструментом в этой борьбе остаётся совсем не новый, но хорошо зарекомендовавший себя способ — предъявление соответствующих исков в арбитражные суды.

Напомним, что незаконным использованием товарного знака признаётся использование без разрешения правообладателя в гражданском обороте на территории России товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров (п. 2 ст. 4 закона).

Давайте для начала рассмотрим ситуацию с одним из наиболее узнаваемых товарных знаков автомобиля, известного в народе как «Волга». Если вы помните, данный комбинированный товарный знак состоит из:

— многоугольника, в верхней части которого изображены зубцы Нижегородского Кремля, внутри — бегущий олень и словесный элемент «ГАЗ»;

— словесного товарного знака, имеющего буквосочетание «ГАЗ».

Правообладателем этого товарного знака является ОАО «ГАЗ». Названные исключительные права зарегистрированы на товары и услуги 12-го класса — транспортные средства и запчасти — международного классификатора товаров и услуг (далее — МКТУ). Вместе с тем, ООО «Центр-ГАЗ», занимающийся реализацией грузовых и легковых автомобилей и запчастей к ним, использовал названные товарные знаки в своей предпринимательской деятельности, в частности, при публикации в газетах предложений о продаже автомобилей марки «ГАЗ», запчастей к ним и тюнинге; на своих вывесках, крышной установке и афишах; в Интернете, а также в своём фирменном наименовании. ОАО «ГАЗ» посчитало это нарушением своих прав и обратилось в арбитражный суд. Компания потребовала исключить из фирменного наименования ООО «Центр-ГАЗ» сочетание букв «ГАЗ» и внести соответствующие изменения на этот счёт в учредительные документы последнего. Также ОАО «ГАЗ» настаивало, чтобы ответчик прекратил использовать в хозяйственном обороте товарные знаки и обозначения и выплатил 100 000 рублей компенсации за нарушение прав на зарегистрированные товарные знаки. Заявляя подобный иск, компания обязана доказать нали-

чие реальной опасности смешения двух юридических лиц, выступающих в обороте под сходными фирменными наименованиями, введение в заблуждение потребителей относительно того, какое лицо оказывает ему услуги. В суде были опрошены свидетели из числа покупателей, которые заявили, что, приобретая товары ООО «Центр-ГАЗ», они ошибочно полагали, что покупают машины компании ОАО «ГАЗ». В результате суд согласился с тем, что индивидуализация этих юридических лиц с указанными фирменными наименованиями, действующих в одном сегменте рынка, невозможна. В данном споре выиграло ОАО «ГАЗ» (постановление ФАС Волго-Вятского округа от 14.06.2005 г. № А43-20728/2004-22-707).

Незаконное использование товарного знака влечёт за собой гражданскую, административную и уголовную ответственность.

Заключение

Интеллектуальная собственность подразумевает наличие патентов на изобретение, патентов на промышленные образцы, свидетельств на полезные модели. В основе использования интеллектуальной собственности лежит обязательная регистрация лицензионных договоров о предоставлении прав на использование объектов интеллектуальной собственности (промышленной собственности).

В соответствии с Законом Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» использованием товарного знака считается применение его на товарах, для которых товарный знак зарегистрирован, и (или) их упаковке правообладателем или лицом, которому такое право предоставлено на основе лицензионного договора. Кроме того, в качестве использования признаётся применение товарного знака в рекламе, печатных изданиях, на официальных бланках, на вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и ярмарках, проводимых в Российской Федерации, при наличии уважительных причин неприменения товарного знака на товарах и (или) их упаковке, а также использование товарного знака с изменением отдельных его элементов, не меняющим его существа. ©

Незаконное использование товарного знака влечёт за собой гражданскую, административную и уголовную ответственность.