

ДОПОВІДЬ ПРО ПРОЦВІТАННЯ



Захист інтелектуальної власності

Лоуренс Р. Гефтер
та Роберт Д. Літовіц

ЩО ТАКЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ?

Як правило, в країнах з передовою економікою прийняті та діють закони, що передбачають стимулювання новаторства і регулюють відтворення винаходів, ідентифікаційної символіки та різних проявів індивідуальної чи колективної творчості. Ці закони поширюються на чотири відмінних один від одного типи нематеріальної власності, а саме: патенти, торговельні знаки, авторські права, які в сукупності становлять «інтелектуальну власність».

Інтелектуальна власність має багато властивостей, які є спільними для нерухомого майна та особистої власності. Наприклад, інтелектуальна власність є об'єктом економічних відносин, і як таку її можна продавати, купувати, ліцензувати, обмінювати або безкоштовно віддавати як будь-який інший вид власності. Окрім цього, володар інтелектуальної власності має право запобігти несанкціонованому використанню чи продажу цієї власності. Проте, відмінною ознакою інтелектуальної власності є те, що вона

є нематеріальною, тобто, її не можна визначити за фізичними параметрами. Тому вона має виражатися у певній визначеній формі, що дозволить забезпечити її захист. Нижче наводиться більш докладна характеристика кожного з видів інтелектуальної власності.

ЩО ТАКЕ ПАТЕНТ?

Система патентів покликана стимулювати оприлюднення певної інформації стосовно винаходу або інновації, гарантуючи при цьому винагороду авторові за винахід. Можна сказати, що патент являє собою щось на зразок контракту між суспільством у цілому та індивідуальним винахідником. Згідно з умовами такого контракту, за оприлюднення деталей свого винаходу винахідникові надається виняткове право запобігати можливості відтворення, використання та продажу запатентованого винаходу іншими особами впродовж певного періоду часу.

За своїм походженням слово «патент» сягає глибини середньовіччя, коли патентом називалась

жалувана англійським монархом грамота про привілеї. Відтепер це слово є синонімом ексклюзивних прав винахідника на його винахід. Закони кожної окремої країни по-різному встановлюють тривалість таких ексклюзивних патентних прав. Проте, у всіх країнах відкривається повний доступ до інформації та вільне її використання після закінчення такого терміну.

Переваги ефективної системи патентних прав можна продемонструвати таким чином:

Патент є компенсацією за витрачений час, кошти та роботу, які пов'язані з дослідництвом; він заохочує подальші дослідження, оскільки конкуренти-новатори знаходять альтернативи запатентованим винаходам; до того ж патент стимулює новаторство та інвестування у запатентовані винаходи – адже протягом періоду дії патентних прав компанії мають змогу відшкодувати кошти, витрачені на проектно-дослідницьку роботу.

Обмежений термін дії патенту також збуджує інтерес громади і диктує необхідність якнайшвидшої

комерціалізації винаходу, щоб зробити його надбанням суспільства у стислі строки. Патенти також дають змогу зробити більш гнучким обмін науковою інформацією, допомагають уникнути дублювання досліджень, і найголовніше – розширюють сферу людських знань.

Якщо порівняти кількість винаходів, зроблених у країнах, де діє система захисту патентних прав, з відповідними показниками в країнах, де такої системи немає, можна дійти беззаперечного висновку про те, що патенти стимулюють капіталовкладення у наукові дослідження та розробки. Чудовим прикладом є зіставлення фармацевтичної індустрії Італії до прийняття положень про захист патентних прав і після початку дії цих положень. У порівнянні з іншими галузями технології, інвестиції у дослідження та розробки нових препаратів були помітно меншими, поки не був забезпечений адекватний захист прав винахідників. Після того, як уряд Італії прийняв і ввів у дію закони про патентні права у фармацевтиці, рівень капіталовкладень у цю галузь різко почав зростати.

Як зазначалось вище, право, гарантоване патентом, забороняє іншим особам відтворювати, використовувати або продавати запатентований винахід протягом періоду дії патенту. Слід мати на увазі, що патент не завжди дає його власнику право відтворювати, використовувати або продавати запатентований винахід. Наприклад, власник патенту на вдосконалену методу виробництва хімічної сполуки не може продати цю сполуку, отриману із застосуванням його методи, якщо саму сполуку запатентовано іншою особою.

Патенти видаються відповідно до вимог національних законів, отже сфера застосування патентних прав також носить національний характер. Таким чином, патентні права США можуть бути реалізованими тільки у разі порушення їх на території Сполучених Штатів. У біль-

шості країн захист таких прав передбачається цивільним, а не карним законодавством.

Отже, контроль за дотриманням патентних прав є обов'язком виключно власника патенту. Загалом, будь-які спроби відтворити, використати чи продати запатентований винахід без дозволу власника є порушенням патентних прав, незалежно від того, хто це здійснює: держава, фірма чи приватна особа. Подібні порушення тягнуть за собою відповідальність, причому будь-які наміри або необізнаність з існуванням патенту не звільняють від цієї відповідальності.

Серед санкцій за порушення патентних прав можна назвати накладення судового арешту, розпорядження про здачу або знищення об'єктів порушення і відшкодування збитків, завданих власникові патенту, або конфіскація на його користь прибутку, отриманого звинуваченим у порушенні.

Після того, як патент виданий, його чинність можна оскаржувати; причому така заява про нечинність патенту є досить поширеною практикою захисту серед звинувачуваних у порушенні патенту. Як правило, оскарження патентів робиться на підставі того, що, мовляв, автором заявленого винаходу є інша особа, або ж запатентований винахід не містить у собі геть нічого особливого для тих, хто знається на даній технології.

ЩО ТАКЕ ТОРГОВЕЛЬНІ ЗНАКИ АБО СЛУЖБОВІ МАРКИ?

Торговельні знаки та службові марки служать для того, щоб вказувати на походження певного товару чи послуги та допомогати розрізняти аналогічну продукцію різних виробників. Вони символізують також якість, якою характеризуються різні товари й послуги. Більшість торговельних знаків та службових марок (вони називаються «марками») являють собою слова, втім, це може бути будь-що інше, що допоможе відрізнити даний

товар чи послугу від інших, – наприклад, символіка, логотипи, звуки, малюнки або навіть специфічна та нефункціональна конфігурація виробу.

Попри той факт, що майже повсюди в світі визнається і забезпечується захист торговельних знаків, не у всіх (хоч і в багатьох) країнах передбачений захист службових марок. У деяких державах захист марки забезпечений, якщо ним позначений товар чи послуга. В інших країнах, для захисту своєї марки досить зареєструвати її в національному органі торговельних знаків.

Тривалість захисту, що поширюється на марки, не однакова для всіх країн світу. Марки реєструються на певний строк. Проте, зважаючи на головне призначення марок – запобігти поплутуванню, заохочувати конкуренцію та захищати майнові інтереси власника марки – реєстрацію можна поновлювати, і таким чином користуватись маркою протягом необмеженого періоду.

Власник марки може завадити іншим використовувати свою марку, якщо таке використання може дезорієнтувати споживачів. Для того, щоб визначити, чи справді дві марки настільки подібні, що можуть дезорієнтувати покупця, як правило, треба провести досить ґрунтовне та багатостороннє дослідження, що включає порівняння марок сторін, їхніх товарів чи послуг, реклами та торговельних каналів, застосовуваних ними, наміри звинувачуваного при виборі його марки та факт наявності чи відсутності реальної плутанини.

ЩО ТАКЕ АВТОРСЬКЕ ПРАВО?

Авторським називається ексклюзивне право на відтворення оригінального твору, авторство якого зафіксоване в будь-якій матеріальній формі; право на розробку похідних варіантів оригінального твору; а також на виконання та виставлення творів, якщо йдеться про образотворче, музичне, драма-

ВИВЧЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ПРИКЛАДІВ: ПАТЕНТНА СИСТЕМА США

Є декілька особливостей, які відрізняють патентну систему США від певних «норм», як вони вбачаються у світі, якщо такі «норми» існують взагалі.

Зараз патент США має термін чинності протягом 17 років від дати його видання, тобто, це означає, що захист патенту не діє, поки заявка на його отримання ще розглядається. Реально ж чинність патенту розпочинається з дати його офіційного видання. З дня подання заяви на отримання патенту може минути декілька років, поки патент буде виданий.

У відповідності до вимог ГАТТ, з 8 червня 1995 року набуває чинності положення, яким встановлено термін дії патенту протягом 20 років від дати подання заяви на отримання патенту. У більшості інших патентних систем термін чинності патенту є фіксованим, і починається від дати першого подання заяви на реєстрацію патенту. Наприклад, патентні системи Великобританії, Німеччини, Франції, Японії, Канади та багатьох інших країн передбачають термін чинності патенту протягом 20 років від дати першого подання заяви.

Система США характеризується унікальним підходом до надання патентних прав. При продовженні терміну чинності патенту це положення залишається незмінним. На відміну від поширеної в інших країнах практики, в Сполучених Штатах патентне право надається тому, хто «винайшов першим», а не тому, хто «подав заявку першим». Отже, в США діє унікальна система визначення пріоритету на винахід при одночасному надходженні декількох заявок, на підставі якої виноситься присуд, хто із сторін спору є першим автором винаходу.

Зasadничі принципи новітності, корисності та нетривіальності становлять головну передумову отримання патентного захисту. Втім, порядок визначення новітності та нетривіальності, і того, що саме становить факт попереднього використання або загальновідому інформацію (тобто те, що називається «попередньо оприлюдненим твором»), істотно відрізняється від стандартів, які діють в інших країнах. Незважаючи на те, що матеріал публікації або об'єкт патенту являє собою «попередньо оприлюднений твір» незалежно від того, чи такий матеріал або об'єкт опублікований чи запатентований у США, це не поширюється на матеріал, що є загальновідомим або загальнозастосовуваним. В обох останніх випадках для того, щоб вважатись «попередньо оприлюдненим твором», матеріал повинен бути відомим у Сполучених Штатах та на території, що входять до складу США. В багатьох країнах приналежність до категорії «попередньо оприлюднених творів» визначається без будь-яких географічних обмежень.

У Сполучених Штатах передбачений період відстрочки протягом одного року, який починається від дати оприлюднення винаходу і триває безпосередньо до часу, коли необхідно подати заявку на отримання патенту. Іншими словами, якщо заявку на отримання патенту подано упродовж одного року від дати оприлюднення винаходу, то заявник має право на отримання патенту. Деінде заявку на отримання патенту необхідно подати до оприлюднення винаходу. Отже, в інших країнах автор винаходу має дуже обмежену свободу розпорядження своїм винаходом. У деяких державах іде пошук компромісних варіантів, які забезпечують певний ступінь свободи. Наприклад, в Індонезії передбачено надання шестимісячної відстрочки для використання або оприлюднення винаходу, але за умови, що таке використання матиме експериментальний характер, а оприлюднення здійснюється з метою ознайомлення (наприклад, на виставці).

У Сполучених Штатах також вимагається, щоб заявка на отримання патенту містила спосіб найефективнішого використання винаходу. Більшість країн не висувають такої вимоги, тому автор винаходу може «приховати» інформацію про найліпше застосування патентованого продукту або процесу. Проте, така практика суперечить засадничим цілям патентної системи, оскільки вона ускладнює доступ загалом до технологічних інновацій.

У Сполучених Штатах заявки на отримання патенту не публікуються і не індексуються доти, поки не буде виданий патент. Таким чином, треті сторони не можуть заперечити проти видання патенту, й навіть можуть не знати, що заявка подана. В інших країнах заявки на отримання патентів публікуються, і передбачений механізм офіційного заперечення третіх сторін проти видання патенту. Наприклад, такий порядок діє в Європейському патентному управлінні.

І нарешті, система США вимагає внесення платні за обслуговування патенту через три з половиною, сім з половиною та одинадцять з половиною років після видання патенту, хоча в інших країнах просто стягуються щорічні внески за обслуговування патенту.

тичне, хореографічне види мистецтва. Захист авторських прав не поширюється на різного виду ідеї, процедури, процеси, системи, методи діяльності, концепції, принципи наукового відкриття, незалежно від того, в якій формі вони описані, пояснені чи втілені. Натомість, сфера прикладення захисту авторського права обмежується тільки матеріальною формою вираження конкретним автором своїх ідей, бачення процесів, концепцій тощо.

Захист авторського права автоматично закріплюється за авторськими роботами з моменту їх створення. Тривалість періоду чинності авторських прав не однакова для всіх країн і залежить від таких факторів, як предмет твору, чи він створений на замовлення, і чи опублікований даний твір. Наприклад, у Сполучених Штатах Америки захист авторських прав триває все життя автора, плюс додаткові п'ятдесят років. Втім, якщо роботу виконано на замовлення, період чинності авторського права становить 100 років з часу її виконання або 75 років після першої публікації.

Ексклюзивне право власника авторських прав не передбачає заборони на незловмисне використання творів власника авторського права. Під незловмисним використанням мається на увазі використання твору з метою критики, висловлення зауваг, повідомлення у новинах, викладання та здійснення наукових досліджень. Для того, щоб визначити, чи несанкціоноване використання можна вважати незловмисним, враховується специфіка твору, обсяг передрукованого або відтвореного матеріалу, вплив копіювання на комерційну цінність твору.

ЩО ТАКЕ КОМЕРЦІЙНА ТАЄМНИЦЯ?

Комерційною таємницею є інформація, яка є секретною або загально невідомою у певній галузі, і завдяки якій її власник має певні переваги

над своїми конкурентами. Захист комерційної таємниці забезпечується, поки власник інформації оголошує її секретною або конфіденційною, і поки інші особи не отримують її самостійно та легально. Прикладами комерційних таємниць є формули, моделі, методи, програми, технології та процеси, що забезпечують конкурентні переваги для того чи іншого підприємства. Власник комерційної таємниці має право на відшкодування збитків, зазнаних внаслідок несанкціонованого та нелегального розголошення інформації та використання її іншими особами.

ТИПИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ПОДІБНОСТІ ТА ВІДМІННОСТІ

Захист будь-якої продукції забезпечується згідно з однією або більшою формами захисту інтелектуальної власності. Типовим прикладом є настільна лампа з основою у вигляді скульптури. Функціональний електричний компонент як і сама електролампочка можуть бути запатентовані. На ярлику виробника звичайно міститься торговельний знак, який вказує на походження лампи і вирізняє її з-поміж аналогічної продукції інших виробників. Підставка у вигляді скульптури може вважатись витвором мистецтва, отже на неї поширюється захист авторських прав. Нарешті, виробник може скласти список споживачів, про яких відомо, що вони купують такі лампи, або список постачальників компонентів для виготовлення ламп. Якщо списки є конфіденційними або тримаються у секреті, вони також становлять комерційну таємницю.

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕВАГИ ДЛЯ КРАЇН ТА ОКРЕМИХ КОМПАНІЙ

Ті країни, де передбачено захист інтелектуальної власності, мають чимало різноманітних переваг. Окрім того, що розширюється сфера знань, адекватний юридичний захист стимулює інвестиційні та

ВИВЧЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ПРИКЛАДІВ: МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЗНАКІВ У ІНДОНЕЗІЇ

З 1989 Торговельне представництво США пильнує Індонезію, що зумовлено неадекватністю захисту патентів, торговельних знаків та авторських прав. Проте останнім часом в Індонезії запроваджено чимало вдосконалень законодавства, яке регулює інтелектуальну власність у цій країні, і положення цього законодавства наближено до загальноновизнаних норм. Особливо активізувався процес удосконалення нормативних актів, які поширюються на захист торговельних знаків.

Новий закон про торговельні знаки від 23 липня 1992 року набув чинності 1 квітня 1993 року. Цим законодавчим актом власнику торговельного знаку надається вельми високий ступінь захисту і передбачається як цивільна, так і кримінальна відповідальність за порушення захисту торговельного знаку, недобросовісну конкуренцію та підроблення знаків.

Окрім цього, згідно з новим законом дозволено реєстрацію службових та колективних марок на тих самих засадах, що й торговельні знаки. Це служить для споживачів додатковою гарантією аутентичності та якості послуг чи товарів.

Новий закон також передбачає публікацію заявок протягом шести місяців після їх подання, що дає змогу третім сторонам виступити із запереченням проти реєстрації знаку. Це зроблено, щоб запобігти затвердженню торговельних знаків, які можуть дезорієнтувати споживача щодо походження того чи іншого товару чи послуги.

Уряд заснував спеціальний апеляційний орган, який служить останньою інстанцією при вирішенні справ та спорів стосовно торговельних знаків. Очікується, що такий порядок забезпечить більш правильне та об'єктивне розв'язання питань.

Законом передбачено новий порядок перепоступки торговельного знаку без передачі гудвіл фірми, яку репрезентує цей знак. Окрім цього, дозволяється ліцензування (як ексклюзивне, так і неексклюзивне) знаку для послуг чи товарів. Проте, обмеження ліцензії певними географічними межами на території Індонезії не дозволяється. Ці новітні закони збільшують вартість торговельних знаків, як активів.

Новий закон надає захист за принципом «той, хто подав заяву першим», а не «той, хто застосував першим». Закон вимагає, щоб торговельний знак обов'язково був використаний на території Індонезії протягом трьох років після його затвердження, інакше чинність торговельного знаку може бути скасовано. Звернувшись до Округового суду Центральної Джакарти, треті сторони можуть клопотати про скасування зареєстрованої марки чи знаку протягом п'яти років від дати реєстрації. Ці положення покликані заохочувати використання торговельних знаків на території країни і запобігати можливості для «піратів» застосовувати систему в своїх інтересах і перешкоджати третім сторонам використовувати в Індонезії певні торговельні знаки. Проте, подальший розвиток подій покаже ефективність цих нововведень.

І нарешті, згідно з положеннями нового закону, торговельний знак підлягає захистові через реєстрацію на термін 10 років, але при цьому не обмежується кількістю десятирічних термінів, на які цей захист може бути поновлений.

торговельні процеси. У пошуках нових ринків чи країн, на які можна поширити виробництво або збут, компанії спочатку звертають увагу на ті країни, де забезпечений захист інтелектуальної власності. Часто компанії з міжнародною сферою діяльності не допускають, щоб певні технології чи інші види інтелектуальної власності реалізовувались на теренах країн, де відсутній захист власників прав, оскільки в такому разі треті сторони можуть розпорядитись цією власністю, і несправедливо скористатись плодами зусиль, витрачених на розробку та маркетинг власності. Отже, очевидно, що неадекватний юридичний захист прав на інтелектуальну власність служить бар'єром на шляху розвитку економічних відносин.

Економічні переваги компаніям забезпечують ексклюзивні права, гарантовані згідно з положеннями про захист інтелектуальної власності. Тому компанії часто створюють досить масивні пакети своїх патентів, марок, авторських прав та комерційних таємниць. Такі пакети мають дуже важливе значення як для «наступальних», так і для «оборонних» цілей компаній.

Патенти, марки, авторські права та комерційні таємниці мають самостійну вартість і є активом економічної діяльності. Цю вартість можна активно використовувати і мати з цього економічний зиск. Оскільки у володаря інтелектуальної власності є ексклюзивне право на неї, він може стягувати платню за використання цієї власності іншими. Така форма ліцензування є вельми поширеною та вигідною. Ще однією методою, яка дозволяє компаніям мати прибуток від своїх пакетів інтелектуальної власності, є перехресне ліцензування. Коли одна компанія забажає скористатись інтелектуальною власністю іншої фірми, вони можуть дійти згоди між собою щодо «обміну», або ж перехресного ліцензування, тобто права користуватись формами інтелектуальної власності відповід-

них компаній. Великий пакет інтелектуальної власності стане в пригоді фірмі при обговоренні угоди з іншою фірмою про перехресне ліцензування. І нарешті, оскільки інтелектуальна власність має самостійну вартість, у деяких країнах її можна використовувати для пошуків фінансування.

ВИМОГИ ТА ПЕРЕПОНИ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ

Як зазначалось вище, захист інтелектуальної власності забезпечується на національному рівні. Тому конкретно виражений обсяг такого захисту та вимоги до його надання є специфічними для кожної країни. Втім, серед юридичних положень, якими гарантується захист, можна знайти чимало спільного. До того ж, все очевиднішими стають світові тенденції у напрямку до гармонізації національних законів. Зважаючи на це, вимоги та перепони на шляху до надбання захисту інтелектуальної власності обговорюватимуться нами в загальних рисах. Дослідження конкретних прикладів, що містяться у даній роботі, висвітлює закони, які діють у певних регіонах чи країнах світу.

Патенти

Незважаючи на те, що патентна система регулюється національними законами, в більшості країн прийняті та діють подібні вимоги. Загалом, для того щоб запатентувати винахід, потрібно довести його новітність, корисність та нетривіальність.

Передумовою видання патенту на винахід є можливість його практичного застосування. Цим окреслено значення, яке патентна система надає корисності винаходу. Незважаючи на незмінність цього принципу, в законодавчих актах різних країн можна зустріти відмінності в дефініції: у Сполучених Штатах, наприклад, об'єкт патенту повинен бути «корисним», натомість, у Великобританії винахід,

заявлений на патентацію, повинен мати «промислове застосування».

Винахід має бути новим, тобто предмет винаходу не є і не може вважатись частиною загальновідомої реалії. Цю вимогу називають «обов'язковою новітністю». У цьому контексті під словами «новий» та «новітній» маємо на увазі те, що є «новим для загалу». Отже, якщо певна річ була застосованою або відомою раніше, але про це не було публічного повідомлення (наприклад, якщо інформація зберігалась у таємниці), на цій підставі не може бути відмовлено у виданні патенту.

Окрім цього, винахід не повинен бути загальновідомою істиною. Завдяки цьому унеможливується використання патентної системи для того, щоб домагатись захисту для чогось, що є просто розвитком або варіантом очевидних речей. Тест на «інноваційність» або ж «нетривіальність» здебільшого ґрунтується на думці фахівця у тій галузі, де зроблено винахід, про те, що є новітнім, а що загальновідомим, до того ж такий висновок має бути зробленим невдовзі після заяви про винахід.

В інтересах суспільної безпеки в деяких країнах не припускається патентування хімічних сполук, але при цьому дозволяється патентувати процеси їх приготування.

Особливо важко контролювати дотримання патентних прав у галузі технологічних процесів, оскільки довід, що патент було порушено або «скопійовано», лягає на плечі власника патенту. Власник патенту має представити докази того, що при виробництві певної хімікалії було використано конкретний виробничий процес (тобто такий, що на нього поширюється патент). Буває надзвичайно важко дібрати переконливі факти, якщо існує безліч варіантів технологічних процесів, і немає доступу на виробничі потужності звинувачуваного в порушенні. На практиці це досягається завдяки виявленню характерних відхилень від стандарту, що властиві для

даного виробничого процесу. Можна уявити собі, з якими труднощами пов'язуються пошуки, якщо патент захищає, скажімо, фармацевтичний препарат, виготовлений у Туреччині, де не діє система патентного захисту на фармацевтичну продукцію, а потім цей препарат експортовано до Фінляндії, де захист поширюється тільки на виробничий процес.

За останні 15 років у багатьох країнах перейшли від патентування «процесів» на патентування «продукції», причому, зважаючи на посилення цієї тенденції, можна очікувати, що протягом найближчих років чимало інших країн пристане до такої практики.

При патентуванні враховується не тільки практичний аспект новизни та корисності об'єкту – у багатьох країнах дедалі поширенишим стає патентування зовнішнього оздоблення та дизайну виробу. У Сполучених Штатах така форма патентування дістала назву «Патент дизайну», а в Європі право власності на промисловий дизайн називається «Моделлю дизайну».

Окрім традиційних об'єктів патентування, якими є прилади та апаратура, хімічні сполуки та технологічні процеси, у деяких країнах передбачений патентний захист живої матерії. Наприклад, позаставтево відтворені види рослин (за винятком бактерій), неокультурені та рослини, які розмножуються бульбоутворенням, захищаються так само, як і статево – через насіння – відтворені види рослин, не враховуючи бактеріальні, грибкові та гібриди першої генерації.

Торговельні знаки і службові марки

Подібно до інших видів інтелектуальної власності, торговельні знаки і службові марки мають національний характер. У деяких країнах права надаються особі, яка вперше використала ту чи іншу марку, а де-інде такі права отримує той, хто вперше зареєстрував дану марку. Там, де визнають перший

принцип – права діють без необхідної реєстрації у державному органі, який контролює торговельні знаки. Втім, така реєстрація є бажаною, оскільки вона офіційно засвідчує не лише чинність марки, але й право її власника користуватись нею. До того ж, запис у національному реєстрі торговельних знаків підтверджує законність володіння власником даною маркою. В деяких країнах обов'язковою є вимога про те, щоб до реєстрації торговельний знак був використаний на ринку, натомість положення інших країн передбачають реєстрацію, зважаючи на намір заявника послугуватись даною маркою в майбутньому. Після появи певного торговельного знаку на ринку або його реєстрації власник марки повинен користуватись нею надалі, інакше на неї можуть претендувати інші фірми на підставі того, що власник марки відмовився від неї.

Спільною для багатьох країн мінімальною вимогою є характерність марки, тобто наявність таких специфічних рис, які дозволять споживачеві вирізнити товари або послуги власника марки з-поміж аналогічних найменувань інших виробників. Для того, щоб визначити, наскільки та чи інша марка відповідає цій вимозі, необхідно спочатку проаналізувати «силу» марки.

Для виміру сили марки існує особлива шкала, яку можна скласти з таких категорій (від найслабкішої до найпотужнішої): загальна, описова, асоціативна, довільна та химерна. На найслабкішому фланзі шкали зібрані слова, символіка або інші форми, які не дозволяють розрізнити товари, оскільки вони являють собою загальні терміни, що просто називають товари, наприклад, стілець, книга, стіл. Такі терміни називаються загальними, і вони не підлягають захисту як торговельні знаки.

Наступну категорію складають описові терміни. Марку можна вважати описовою, якщо в назві міс-

титься або мається на увазі опис мети, функції, фізичних властивостей, відмінної якості або призначення продукції. Серед прикладів описових марок можна назвати «СЕЙВМОТОР» (від англійського save – рятувати, зберігати і motor – мотор, двигун) – компонент моторного мастила, який додається, щоб продовжити термін експлуатації двигунів, «МІКРО» – марка мініатюрних вагів, «СЮПРИМ» (від англійського supreme – неперевершений) – різновид вина, яке згідно з назвою характеризується відмінною якістю. Оскільки такі терміни не є характерними за своєю природою, вони не можуть підлягати захисту марки, доки через торговельний обіг та рекламну кампанію даний термін не асоціюватиметься з виробником товару, на якому представлено цю марку. У Сполучених Штатах кажуть, що коли описова марка досягне такого рівня характерності, вона набуває «вторинного значення».

На відміну від описових марок, асоціативні марки не мають властивості давати пряму характеристику товарів, на якому проставлена ця марка. Асоціативні марки збуджують мислення, уяву та фантазію, без яких можна й не здогадатись про природу даного товару. Асоціативні марки вважаються характерними за своїм визначенням і такими, що підлягають захисту без необхідності набувати «вторинне значення». Прикладами асоціативних марок є, скажімо, ПІРО (від англійського hero – герой) – марка вогнегасників, або ГРЕЙГАУНД (від англійського greyhound – хорт) – фірма, що спеціалізується на автобусних перевезеннях.

Довільними марками є слова, символи та інші форми, які мають поширене застосування, але коли ними означений певний товар власника торговельного знаку, цей термін не описує, ані асоціюється з якість даного товару; наприклад: ЕРРОУ (від англійського arrow – стріла) – марка лікерів, ЕППЛ (від

англійського apple – яблуко) – марка комп'ютерів, КЕМЕЛ (від англійського camel – верблюд) – марка сигарет. Подібно до асоціативних марок, довільні марки є характерними за своїм визначенням, тому немає потреби доводити вторинне значення.

Найбільш характерними є химерні марки. Химерна марка являє собою «викарбоване» слово або символ, придуманий або обраний з єдиною метою – бути маркою. Можна навести такі приклади химерних марок: ЕКСОН – марка бензину, КОДАК – фотоприладдя та матеріали, КСЕРОКС – фотокопіювання, КЛОРОКС – відбілювачі. Традиційно на химерні марки поширюється найбільший ступінь захисту.

Авторські права

Для того, щоб забезпечити захист авторських прав, праця або твір мають бути «оригінальною» працею, авторство якої закріплене у матеріальній формі. Авторські праці, на які поширюється таке визначення, включають таке:

- літературні твори (в тому числі комп'ютерні програми);
- музичні твори та вірші на музику;
- драматичні твори та діалоги;
- пантоміма та хореографічне мистецтво;
- образотворче, графічне мистецтво та скульптура;
- художні фільми та інші аудіовізуальні матеріали; і
- звукозапис.

Варто зазначити, що закони багатьох країн не накладають обмежень на типи й форми таких праць, тому що автори здійснюють постійний творчий пошук нових засобів самовираження.

Як правило, перевірка праці на оригінальність складається з двох компонентів. По-перше, авторська праця повинна бути створена даним автором – тобто, твір повинен постати внаслідок самостійної праці автора, а не бути копією твору іншого автора. По-друге, твір має

відзначатися істотною новизною, а не бути просто банальною варіацією раніше створених праць.

Для того, щоб забезпечити поширення захисту авторських прав на той чи інший твір, він повинен бути зафіксований у певній матеріальній формі вираження. Твір вважається «зафіксованим», якщо він втілений у такій матеріальній формі, яка є в досталь сталою, аби дозволити його сприйняття, відтворення та звернення до нього протягом тривалого відтинку часу. Засоби, спосіб або форма такої фіксації значення не має.

Процедура реєстрації в більшості країн відносно спрощена і не вимагає великих фінансових витрат. Незважаючи на той факт, що захист авторських прав закріплюється за твором від моменту його втілення у матеріальній формі, у деяких країнах додаткові пільги передбачено за рахунок реєстрації авторських прав. У таких країнах реєстрація є підставою для заведення справи за фактом порушення захисту авторських прав та/або для відшкодування витратків (у тому числі гонорарів адвокатів), у зв'язку з відстоюванням своїх прав. До того ж, у певних країнах реєстрація авторських прав являє собою головне свідчення чинності та власності авторських прав.

Комерційні таємниці

На відміну від інших форм інтелектуальної власності, комерційні таємниці не підлягають реєстрації і не є продуктом та предметом законодавчих і нормативних актів. Точніше, юридична система кожної окремої країни визначає вимоги та підстави для забезпечення захисту комерційної таємниці. Серед основних чинників, які здебільшого беруться до уваги, можна назвати такі:

- міра, якою та чи інша інформація є відомою поза межами даного підприємства;
- міра, якою ця інформація є відомою в колах працівників підприємства та інших осіб, залучених до

економічної діяльності даного підприємства;

- ступінь ефективності заходів, націлених на охорону комерційної таємниці;
- цінність цієї інформації для її власника та його конкурентів;
- обсяг коштів та зусиль, витрачених власником комерційної таємниці на розробку такої таємниці; і
- заходи, вжиті іншими особами для отримання та дублювання (за собом зустрічних технологій) цієї інформації.

«Секретність» заявленої комерційної таємниці є найважливішим фактором, який слід враховувати. Якщо інформація, що класифікується як комерційна таємниця, доступна через легальні джерела, і її отримано саме таким законним чином, тоді ця інформація не вважається «секретною», і тому на неї не поширюється захист. Проте, якщо власник таємниці ужив відповідних заходів для забезпечення захисту інформації, але попри це комерційна «секретна» інформація стає надбанням загалу, суди багатьох країн можуть ухвалити прикладення захисту. «Відповідні» заходи, до яких вдається власник інформації, можуть включати вимогу про підписання угоди на предмет дотримання конфіденційності та нерозголошення до осіб, які знайомляться з інформацією внаслідок своєї участі в діяльності підприємства.

СПІВВІДНОШЕННЯ ВИДАТКІВ ТА ПРИБУТКІВ

При визначенні того, чи варто захищати інтелектуальну власність, як і в будь-якому бізнесі не останню роль відіграють економічні міркування. Підприємства мають ретельно співвіднести потенційну цінність права інтелектуальної власності з вірогідністю її реалізації та витратами, пов'язаними із забезпеченням, виконанням та підтриманням чинності цього права.

Немає сталих та універсальних принципів визначення потенційної

цінності права на конкретну інтелектуальну власність. Те, що видається надто цінним для однієї особи або підприємства, може виявитися невартисним для інших. При визначенні потенційної цінності слід враховувати очевидні чинники, які характеризують інтелектуальну власність, серед яких можна виділити потенційну вартість ексклюзивних чи інших прав, перепоступки або ліцензії, перехресної ліцензії, санкції проти порушників, а також застава, якою забезпечується фінансування.

Торговельний знак або службова марка може бути надзвичайно цінним активом. Наприклад, поширеною видається думка про те, що нещодавно німецька автомобільна фірма «БМВ» купила англійську фірму «Ровер» здебільшого заради того, щоб заволодіти її пакетом вигідних торговельних знаків, у тому числі «Лендровер», «Рейнджровер», «Тріумф», «Остин» та «Ем-Джи-Бі». З другого боку, торговельний знак може бути невартим і шеляга, якщо він асоціюється з поганою якістю.

НАЦІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ТА МІЖНАРОДНІ УГОДИ

У країнах, де забезпечений захист інтелектуальної власності – авторських прав, патентів, торговельних знаків та інших форм – заохочується капіталовкладення у дослідництво, і може надаватись допомога у розробці нових типів продукції. Компанії, які шукають нових ринків збуту або прагнуть розширити виробничу або маркетингову базу, передусім звертають свою увагу на ті країни, де передбачений захист інтелектуальної власності.

Натомість там, де права володаря інтелектуальної власності не захищені, треті сторони можуть скористатись цією власністю і неправомірно отримати зиск від цього. Збитки, що виникають внаслідок такого несанкціонованого використання, можуть бути дуже різними: втрачені можливості збуту на

ВИВЧЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ПРИКЛАДІВ: ПОРІВНЯННЯ СИСТЕМ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ

Сполучені Штати Америки та Європа

Доктрина захисту комерційної таємниці в Сполучених Штатах ґрунтується на юридичних принципах, які регулюють контрактні відносини та відповідальність за цивільні правопорушення. Контрактні аспекти включають ситуації, коли між обома чи більше сторонами укладається угода з метою захисту комерційної таємниці там, де йдеться про конфіденційність відносин, тобто службовець певної фірми зобов'язується не розкривати комерційну таємницю. Що стосується питань відповідальності за цивільні правопорушення, то тут йдеться про принципи недобросовісної конкуренції. До того ж, у багатьох країнах передбачено карну відповідальність для працівників компанії, звинувачених у викраденні комерційної таємниці.

Загалом, захист комерційної таємниці в Європі (за винятком Франції) ґрунтується виключно на принципах контрактних відносин. Незважаючи на той факт, що контрактні зобов'язання закладають підвалини для контролю за дотриманням угод про нерозголошення інформації, практично неможливо запобігти фактам викрадення, промислового шпionажу, підкупові працівників та іншим способам неправомірного присвоєння збоку конкурентів, які не мають контрактних відносин з власником комерційної таємниці.

Втім, у деяких європейських країнах законодавство, яким передбачено відповідальність за недобросовісну конкуренцію, на відміну від контрактного права, гарантує більший ступінь захисту власникові комерційної таємниці. Наприклад, в Угорщині прийнятий і діє закон про відповідальність за недобросовісну конкуренцію, що забороняє неправомірне присвоєння «економічної таємниці». Поширеним визначенням економічної таємниці є будь-який факт, інформація, рішення чи показники, які пов'язані з економічною діяльністю, і які їх власник беззпідставно бажає зберегти в таємниці.

Власник комерційної таємниці також має право використати кримінальне законодавство європейських країн для забезпечення захисту своєї таємниці. Більшість юридичних систем Європи передбачає кримінальну відповідальність за викрадення та промисловий шпionаж. У Данії більшість законодавчих актів фактично тлумачить захист комерційної таємниці в контексті кримінального права, враховуючи порушення приватності, електронний шпionаж, викрадення та використання викрадених об'єктів. Проте, слід відзначити, що у Великобританії привласнення комерційної таємниці не являє собою факту викрадення.

Хоча захист комерційної таємниці в Європі видається відносно ефективним, воно поступається тому ступеню захисту, який гарантується згідно із законами Сполучених Штатів.

місцевому та зовнішніх ринках, втрата роялті, інші фінансові збитки, не кажучи вже про шкоду, якої зазнає репутація виробника.

У багатьох країнах діють національні закони, спрямовані на забезпечення захисту інтелектуальної власності, проте в цій галузі маємо незначну кількість міжнародних актів. Укладено ряд міжнародних угод, які зобов'язують країн-учасниць дотримуватись мінімальних норм захисту інтелектуальної власності, що поширюється на іноземців. Серед останніх угод можна назвати договір «ТРИПС», який є складовою частиною Уругвайського раунду, підписаного у грудні 1993 року. Одним з найактивніших причетних до цієї угоди були Сполучені Штати.

ПОЛІТИКА США ТА ТОРГОВЕЛЬНЕ ПРЕДСТАВНИЦТВО СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ

Сполучені Штати Америки закликають всі країни світу усувати торговельні бар'єри, які мають безпосередній вплив на американський експорт товарів і послуг та на пряме інвестування громадян і компаній США в інших країнах. Згідно з політикою США, неадекватний захист інтелектуальної власності сприймається як істотна перепона на шляху економічних відносин.

Торговельне представництво США (ТПСША) готує щорічний звіт про торговельні бар'єри в країнах світу, який подає до Фінансового комітету Сенату США та відповідних комітетів Палати представників. Якщо приймається відповідна санкція, Сполучені Штати накладають власні бар'єри на міжнародну торгівлю з конкретними країнами згідно з вимогами актів, відомих під назвами «Спеціальна 301» та «Супер 301».

Згідно з положеннями розділу 301 Тарифного законодавства США 1974 року, уряд США повноважений шляхом переговорів домагатися від інших країн усунення несприятливих

негативних торговельних практик. У відповідності до цього закону, необхідно представити свідчення того, що уряд іноземної держави відмовляє американській стороні в реалізації своїх прав згідно з торговельними угодами, або вживає заходів, які суперечать інтересам чи в інший спосіб шкодять Сполученим Штатам, порушуючи міжнародні торговельні угоди, або цей уряд був суб'єктом акту, політики або практики, що видаються невинуватими, необґрунтованими або дискримінаційними, та ускладнюють або обмежують можливості американської торгівлі.

Положення американського Закону про торгівлю «Супер 301» вимагає від торговельного представництва США протягом 1994 та 1995 років визначити «пріоритетні практики країн світу» – що їх усунення мало б найбільший потенційний вплив на розширення обсягу американського експорту. Таке визначення є підставою для порушення розслідування згідно з положеннями Розділу 301.

На відміну від цього, положеннями «Спеціальної 301» закладаються підвалини для зміцнення переговорного потенціалу США в їх пошуках шляхів вдосконалення та поліпшення іноземних режимів захисту інтелектуальної власності через двосторонні та багатосторонні ініціативи. Згідно з вимогами цього акту щороку складається список тих держав, де не забезпечується адекватний та ефективний захист прав інтелектуальної власності, або де для громадян США, чия діяльність значною мірою залежить від інтелектуальної власності, не створюються умови для рівноправного доступу до такої власності. Найбільш тривожні випадки підлягають спеціальному розгляду. Згідно з положеннями «Спеціальної 301» проводиться розгляд протягом шести місяців, який в разі необхідності може бути продовжений до 90 днів, після чого супроти країни можуть застосовуватися торговель-

ні санкції. Завдяки економічній могутності США, накладення санкцій проти окремих країн давало позитивні результати.

В останньому звіті ТПСША за 1994 рік містяться критичні зауваження щодо законодавств 33 країн у зв'язку з неадекватним захистом інтелектуальної власності: Аргентина, Австралія, Бразилія, Канада, Чилі, Китайська Народна Республіка, Колумбія, Домініканська Республіка, Єгипет, Сальвадор, Європейський Союз, Гватемала, Рада співробітництва країн Перської затоки, Гондурас, Угорщина, Індія, Індонезія, Японія, Республіка Корея, Малайзія, Мексика, Нова Зеландія, Пакистан, Перу, Філіппіни, Польща, Росія, Сингапур, Південна Африка, Тайвань, Таїланд, Туреччина та Венесуела.

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

Інтелектуальна власність регламентується дуже невеликою кількістю міжнародних законодавчих актів. Втім, існує чимало єдиних для всіх положень та вимог, що постали внаслідок підписання міжнародних угод та конвенцій. Як правило, країни-учасниці, які підписали такі угоди та конвенції, зобов'язуються дотримуватись принаймні мінімальних норм захисту інтелектуальної власності і забезпечувати такий захист в інтересах іноземних суб'єктів. Нижче наводяться матеріали про найзначніші угоди.

Паризька конвенція

Напевно, Міжнародна конвенція з питань захисту інтелектуальної власності, яку краще знають як «Паризьку конвенцію», є найважливішою міжнародною угодою про інтелектуальну власність. Багато високорозвинутих держав та країн, що розвиваються, є сторонами цієї конвенції, і називаються Паризькою спілкою. Нині вже 56 держав ратифікували останню редакцію тексту угоди, яка охоплює дуже широкий спектр прав інтелектуальної влас-

ності, у тому числі патенти, промисловий дизайн, торговельні знаки, торговельні назви, службові марки, колективні марки та недобросовісну конкуренцію. Паризька конвенція гарантує поширення захисту прав інтелектуальної власності іноземним суб'єктам економічної діяльності без будь-якої дискримінації, на тих правових засадах, які закріплені за представниками будь-якої країни-учасниці.

Одне з найважливіших положень Паризької конвенції пов'язане з «Черговістю за Конвенцією». Датою черговості заявника вважається та, якою цю заявку зареєстровано в рідній країні заявника. Згідно з положеннями конвенції, заявник має право оголосити цю дату датою набуття чинності того самого патенту, промислового дизайну, службової марки або торговельного знаку в будь-якій іншій країні-учасниці Паризької конвенції, за умови, що заяву зареєстровано в цій країні не пізніше, ніж через 12 місяців (для патентів та службових марок) або 6 місяців (для промислових дизайнів та торговельних знаків) після заявленої дати черговості. Це дає змогу уникнути даремного витрачання ресурсів на реєстрацію однієї заявки окремо в кожній країні для того, щоб забезпечити надійний захист прав інтелектуальної власності. Згідно із системою черговості реєстрації за конвенцією, подання заявки від третіх сторін не може служити перепорою для реєстрації заявки власника прав, якщо він подає цю заявку у встановлені строки.

Бернська конвенція

Бернська конвенція 1886 року – основний міжнародний документ, що регулює виключно захист авторських прав. Конвенція ґрунтується на положеннях національних угод, і вимагає дотримання мінімальних норм захисту авторських прав. Як і Паризька конвенція, Бернська конвенція без будь-якої дискримінації гарантує інозем-

цям однаковий ступінь захисту та пільги для громадян всіх країни-учасниці конвенції. На момент підписання Конвенції її членами було лише 10 держав, зараз членство розширилось до понад 90 країн світу, серед яких майже всі провідні економічні держави.

Згідно з положеннями Бернської конвенції та шести поправок, згодом прийнятих до неї, захист авторських прав автоматично поширюється на всі країни-учасниці без необхідності дотримання усіх формальностей.

МІЖНАРОДНА СИСТЕМА РЕЄСТРАЦІЇ

Досі не існує єдиного способу отримання захисту інтелектуальної власності у міжнародному масштабі. Найбільш адаптованими до чинності на глобальному рівні є зазначені нижче документи, які регулюють міжнародну систему реєстрації заявок.

ЄВРОПЕЙСЬКА ПАТЕНТНА КОНВЕНЦІЯ

У відповідності до прийнятих Європейською патентною конвенцією (ЄПК) документів у Німеччині засновано Європейське патентне управління (ЄПУ). Рішення конвенції нині поширюються на всі держави-члени Європейського економічного співтовариства і на декілька інших країн Європи. ЄПК передбачає подання єдиної заявки, складеної англійською, німецькою або французькою мовою, яка підлягає централізованому пошуку та вивченню патентоспроможності. Після того, як патент ухвалено, сплачено всі необхідні внески і зроблено відповідні переклади, єдина заява служить підставою для видання серії національних патентів. Система також передбачає можливість оскарження ухвалення патенту, яке може бути подане до ЄПУ протягом дев'ятимісячного терміну від дати ухвалення патенту. Проте усі подальші питання, пов'язані з чинністю патенту, вирішуються індиві-

дуально для кожної країни її національними судовими органами.

УГОДА ПРО ПАТЕНТНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО (УПС)

Ця структура включає чимало неєвропейських країн і, подібно до ЄПК, передбачає подання єдиної заявки, де визначені країни-учасниці, на яких поширюватимуться патенти. Незважаючи на те, що система єдиної реєстрації діє під егідою Всесвітньої організації захисту інтелектуальної власності (ВОІВ) – спеціальним органом ООН, створеним для сприяння міжнародному співробітництву в галузі захисту інтелектуальної власності, реально реєстрація здійснюється або в Сполучених Штатах, або в ЄПУ. На підставі поданої заявки провадиться пошук, причому не виключається можливість запросити кваліфіковану думку рекомендаційного характеру відносно патентоспроможності поданої заявки. Після внесення необхідних платежів та виконання перекладів, єдина заява перетворюється на серію індивідуальних національних заявок, які вже вивчаються патентними управліннями кожної з держав.

МАДРИДСЬКА УГОДА

Мадридська угода має на меті створення єдиного банку даних про заявки на реєстрацію торговельних знаків. Вона створює засади для реєстрації торговельних знаків у міжнародному бюро ВОІВ у Женеві, – процедура, яка є дуже подібною до міжнародної реєстрації заяв на отримання патенту в УПС. ВОІВ діє як адміністративний орган, що регулює будь-які дії та рішення за Паризькою конвенцією.

Після того, як ВОІВ ухвалила реєстрацію, захист торговельного знаку є чинним для кожної країни-учасниці. Отже, надалі захист прав інтелектуальної власності регулюється та обмежується положеннями національних законів кожної з країн.

МАДРИДСЬКИЙ ПРОТОКОЛ

Нині держави-учасниці Мадридської угоди та інші країни обговорюють укладення нового договору, який називається Мадридський протокол. Метою Мадридського протоколу є забезпечення захисту торговельних знаків через міжнародне визнання, а нагляд за дотриманням цих прав здійснюватиметься ВОІВ, яка покликана реєструвати всі заявки. Пропонується передбачити термін чинності кожної реєстрації тривалістю у 10 років, хоча на прохання заявника цей десятирічний термін може поновлюватись необмежену кількість разів.

НАФТА

Північно-Американська угода про вільну торгівлю (НАФТА) є генеральною торговельною угодою між Канадою, Мексикою та Сполученими Штатами Америки, якою встановлюються загальні положення як внутрішнього, так і міжнародного режиму забезпечення прав інтелектуальної власності.

НАФТА передбачає істотний прогрес у галузі захисту прав інтелектуальної власності в Мексиці. Втім, згідно з її положеннями, важливі зміни також повинні відбутись у Канаді та США. В Угоді, як мінімум, визнається необхідність приєднання до головних міжнародних договірних структур, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності, а саме Паризької конвенції (інтелектуальна власність), Бернської конвенції (авторські права), Женевської конвенції (захист прав на звукозаписи або аудіотвори) а також Союзу захисту нових видів рослин (СЗНВР).

Згідно з положеннями СЗНВР захист поширюється на ті види рослин, що:

- належать до рослинних видів, внесених до національних списків видів рослин, які підлягають захисту;
- відрізняються від загально відомих видів;

ВИВЧЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ПРИКЛАДІВ: ВСЕСВІТНЯ КОНВЕНЦІЯ З АВТОРСЬКИХ ПРАВ (ВКАП)

Підписано/набула чинності: 6 вересня 1952 року
Остання редакція: Париж, 1971 рік
Членство: понад 80 країн світу
Концепція: «Національний режим». Від кожної держави-учасниці вимагається надавати іноземним авторам творів, на які поширюються положення Конвенції, той самий ступінь захисту авторських прав, який надано місцевим авторам.

Юридичні зобов'язання: Держави-учасниці повинні мати закони, де передбачені такі положення:

Стаття I:
Адекватне та ефективне забезпечення прав авторів та інших власників авторських прав у галузі літератури, наукових та художніх праць, у тому числі літературних, музичних, драматичних та кінематографічних творів, а також живопису, гравюри та скульптури.

Стаття II:
У державі на представників іноземних держав-учасниць угоди поширюється такий ступінь захисту, який надається резидентам цієї держави (незалежно від того, чи їх твори є опублікованими).

Стаття III (пункт 1):
Усі формальності, яких домагається держава-учасниця, вважаються виконаними, якщо на примірнику твору знаходиться символ та засвідчене ім'я власника авторських прав і рік першої публікації, причому ця інформація повинна бути розташованою на видному місці.

Стаття IV:
Забезпечення як мінімум 25-річного терміну чинності авторських прав, починаючи від дати публікації, або протягом життя автора плюс додаткові двадцять п'ять років.

«Положення про дотримання вимог Бернської конвенції»: Стаття XVII забороняє державам-учасницям Бернської конвенції відмовитись від своїх зобов'язань за Бернською конвенцією, та посилатись на вимоги ВКАП у своїх відносинах з іншими країнами-членами Бернської конвенції.

Паризька редакція 1971 року: Не всупереч умовам ВКАП, країни, що розвиваються, мають право за особливих обставин нехтувати вимогами «Положення про дотримання вимог Бернської конвенції», а також можуть отримувати обов'язкові ліцензії, згідно з якими дозволено здійснювати переклад захищених авторськими правами творів для цілей викладання, навчання та дослідження, а також можуть використовувати захищені авторськими правами твори для систематичних навчальних занять.

- є достатньою мірою однорідними; і
- є сталими.

По суті, положеннями договору НАФТА від усіх держав-учасниць вимагається поширення на іноземних суб'єктів такого ж ступеня захисту інтелектуальної власності, який поширюється на місцевих власників прав.

ГАТТ/ТРИПС

Уругвайський раунд міжнародних торговельних переговорів, який розпочався під егідою Генеральної угоди про торгівлю та тарифи (ГАТТ) в уругвайському місті Пунта-дель-Есте у вересні 1986 року і завершився через сім років – в грудні 1993 року. Наслідком цієї серії переговорів стало підписання повномасштабного пакету угод, у тому числі угоди, відомої під назвою «Аспекти захисту прав інтелектуальної власності, пов'язані з торгівлею» (ТРИПС).

Угода ТРИПС являє собою один з найважливіших складників міжнародного торговельного пакту. По суті, положення угоди зобов'язують держави-учасниці запровадити певні мінімальні норми міжнародної системи захисту прав інтелектуальної власності. Наприклад, у галузі торговельних знаків угода визначає, які саме типи знаків підлягають захистові, і вказує на те, що знаки, які мають світове визнання, мають право на додаткову міру захисту.

Згідно з положеннями договору ТРИПС держави-учасниці зобов'язані внести зміни до своїх національних законів, щоб забезпечити їх відповідність міжнародним нормам захисту патентних прав, торговельних знаків, авторських прав, промислового дизайну, комерційної таємниці та інтегральних схем (замасковані напівпровідникові мікросхеми). Також угодою передбачено розширення сфери захисту на технологічні галузі, на які в деяких країнах досі не поширюється захист. Йдеться зокрема про фармацевтич-

ну продукцію, програмне забезпечення комп'ютерів, а також винаходи та роботи, отримані внаслідок застосування новітніх технологій.

Окрім цього, угода ТРИПС забороняє використання будь-яких географічних назв, які дезінформують споживача щодо походження певного товару. Деякі аспекти угоди, пов'язані з використанням таких географічних назв, іще не знайшли повного розв'язання, але угода ТРИПС закладає підвалини для подальшого обговорення зловбодених питань. Наприклад, під час переговорного процесу ГАТТ/ТРИПС Сполучені Штати та деякі інші країни доводили, що назва «шампанське» є загальним терміном для певного типу напою, в той час, як країни Європейського Союзу дотримувалися протилежного погляду. Врешті-решт США прийняли законодавчий акт в межах ГАТТ, який зобов'язує Управління патентів та торговельних знаків вважати всі несправжні географічні атрибути вина та спиртних напоїв (наприклад, вино БОРДО, виготовлене не у французькій провінції Бордо) такими, що не підлягають реєстрації.

У галузі авторських прав угода вимагає дотримання останніх (прийнятих у 1971 році) положень Бернської конвенції.

Згідно з положеннями угоди ТРИПС країни зобов'язуються внести поправки до своїх внутрішніх законів та режимів, аби забезпечити відповідність вимогам Угоди, причому для країн встановлюється спеціальний графік внесення таких змін: для розвинутих країн – протягом одного року, для країн колишнього Радянського Союзу та колишніх соціалістичних держав, а також тих, що розвиваються – протягом п'яти років, а для слабкорозвинутих країн – протягом одинадцяти років.

Положення угоди ТРИПС також передбачають механізми реалізації, що, зокрема, включає порядок розв'язання спорів міжнародного характеру, встановлений Організа-

цією міжнародної торгівлі. Угодою також передбачено крос-галузеве застосування санкцій за порушення вимог угоди ТРИПС, тобто, якщо певна країна не забезпечує захисту, наприклад, патентів, до неї можуть бути застосовані відповідні санкції в іншій галузі.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ

Нині Європейський Союз розглядає можливість укладення спеціальних угод, які, в разі їх прийняття, створять систему «Патенти співтовариства» і «Торговельні знаки співтовариства».

Патентна конвенція співтовариства (ПКС) пропонує утворення Патентної системи співтовариства, яка поширюватиметься на всі держави-учасниці Європейського Союзу і регулюватиметься єдиною законодавчою базою в плані чинності, контролю за дотриманням положень та ін. Найвірогідніше, що Конвенція вимагатиме, щоб розв'язання спорів відбувалось у національних судах першої інстанції. Втім, як останню інстанцію, до якої можна подати апеляцію, пропонується створити Патентний апеляційний суд співтовариства.

Зараз здебільшого домінує думка, що найближчим часом цю Конвенцію навряд чи буде реалізовано, оскільки до кінця не усунуто розбіжності в законодавчих базах країн. До того ж, успішна діяльність ЄПУ помітно збавила інтерес до ПКС.

Аналогічним чином Конвенція з питань торговельних знаків співтовариства пропонує утворення єдиної системи торговельних знаків співтовариства, яка поширюватиметься на всі країни-члени Європейського Союзу.

БІБЛІОГРАФІЯ

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

- Baumgarten, John A., and Michael A. Epstein
International Protection of Intellectual Property: Current Issues and Directions
12th ed.
Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Law & Business, 1991
- Beier, F.K.
“The European Patent System”
Vanderbilt Journal of Transnational Law, 14 (Winter 1981): 1-15
- Bochnovic, John
“The North American Free Trade Agreement (NAFTA): Patent Law Changes for Canada, the United States and Mexico”
Patent World, 52 (May 1993): 21-24
- Bochard, William M.
“A Trademark Is Not a Patent or a Copyright”
The United States Trademark Association Executive Newsletter, 1983
- Cornish, W.R.
Intellectual Property: Patents, Copyright, Trademarks and Allied Rights
2nd ed.
London: Sweet & Maxwell, 1989
- Dam, K.W.
“The Growing Importance of International Protection of Intellectual Property”
(Section Symposium: Legal Problems Affecting the Multinational Corporation)
International Lawyer, 21, No. 3 (Summer 1987): 627-638
- Diamond, Sidney A.
“How to Use a Trademark Properly”
The United States Trademark Association Executive Newsletter, No. 38, 1983
- Dorr, Robert C. and Christopher H. Munch
Protecting Trade Secrets, Patents, Copyrights, and Trademarks
New York: Wiley Law Publications, 1990
- Gotlieb, Charles
“Should the U.S. Adopt a First to File Patent Rule?”
Legal Reference Quarterly, 12(2/3) (1992): 133-169
- Jacobs, A., ed.
Patents Throughout the World
4th ed.
New York: Trade Activities, 1989
- Leaffer, Marshall A., ed.
International Treaties on Intellectual Property
Washington, D.C.: The Bureau of National Affairs Inc., 1990
- Lee, C. Lewis, and J. Scott Davidson
Managing Intellectual Property Rights
New York: Wiley Law Publications, 1993
- Morcom, C.
“The Madrid Arrangement: Implications for the Community Trademark”
EIPR: European Intellectual Property Review, 10 (1989): 343-345
- Oddi, A.S.
“The International Patent System and Third World Development: Reality or Myth?”
Duke Law Journal, No. 5 (November 1987): 831-878
- Pfanner, K.
“The World Intellectual Property Organization”
International Review of Industrial Property and Copyright Law, 10, No. 1 (1979): 1-19
- Safran, D.A.
“Protection of Inventions in the Multinational Market Place: Problems and Pitfalls in Obtaining and Using Patents”
North Carolina Journal of International Law and Commercial Regulation, 9 (Winter 1983): 117-132
- Samuels, Jeffrey M.
Basic Facts About Trademarks
Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce, Patent and Trademark Office, 1992
- Task Force of the Chamber of Commerce
Technology Transfer and the Developing Countries
Washington, D.C.: Chamber of Commerce of the United States, 1977
- White, T.A. Blanco
Patents for Inventions and the Protection of Industrial Designs
5th ed.
London: Stevens & Sons, 1983
- White, T.A. Blanco, and Robin Jacob
Kerley's Law of Trade Marks and Trade Names
12th ed.
London: Sweet & Maxwell, 1986

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

“EPC Revisions Highlight EPO’s 1991 Annual Report”
BNA’s World Intellectual Property Report, 6, No. 7 (July 1992): 184

“Examination of I.P. Provisions of North America Free Trade Agreement”
BNA’s World Intellectual Property Report, 6, No. 12 (December 1992): 344-345

КОНТАКТИ

“GATT Negotiators Hail TRIPS Pact as Success”
BNA's Patent, Trademark & Copyright Journal, 47, No. 1162
(January 13, 1994):
222-223

Leffert, Deborah
“Special 301 Checklist: Which Countries Fail to Protect Drugs?”
Patent World, 58
(December 1993/January 1994): 34-39

MacLaren, Terrence F., ed.
Worldwide Trade Secrets Law
New York: Clark Boardman Callaghan, 1993

Manual for the Handling of Applications for Patents, Designs and Trade Marks Throughout the World
Utrecht, The Netherlands: Manual Industrial Property BV, 1936, (1927)

МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ
Committee of National Institutes of Patent Agents
c/o Doctor Elisabeth Jung
Clemensstrasse 30
Munich 40
Germany

International Association for the Protection of Industrial Property
Bleicherweg 58
CH-8027 Zurich
Switzerland
Tel.: 1-204-1212
Fax: 1-204-1200

International Association for the Advancement of Teaching and Research in Intellectual Property
Calle Eduardo Dato 2
Departadol O-C
Madrid
Spain

International Copyright Information Center
c/o Association of Publishers
1718 Connecticut Avenue, N.W.
Seventh Floor
Washington, D.C. 20009
U.S.A.
Tel.: 202-232-3335
Fax: 202-745-0694

International Intellectual Property Association
Hunter Drive
Post Office Box 476
New Vernon, New Jersey 07976
U.S.A.
Tel.: 201-538-6473
Fax: 201-538-7062

World Intellectual Property Organization
32, Chemin des Colombettes
Geneva 12
Switzerland
Tel.: 41-22-730-9111
Fax: 41-22-735-5428

International Trademark Association
1133 Avenue of the Americas
New York, New York 10036-6710
U.S.A.
Tel.: 212-768-9887
Fax: 212-768-7796

НАЦІОНАЛЬНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

АФРИКА

African Regional Industrial Property Organization
Harare
Zimbabwe

African Intellectual Property Organization
(Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle)
Yaounde
United Republic of Cameroon

АЗІЯ

Asian Patent Attorneys Association
c/o Asamura Patent Office
331-340 New Ohtemachi Building
Tokyo
Japan
Tel.: 3-211-3651

Japan Patent Information Association
5-16-1 Toranomon
Minato-ku
Tokyo 105
Japan
Tel.: 3-503-6181

ЦЕНТРАЛЬНА ЄВРОПА

European Association of Industries of Branded Product
19, rue de l'Orme
B-1040 Brussels
Belgium
Tel.: 2-734-1240
Fax: 2-734-6702

СПОЛУЧЕНІ ШТАТИ АМЕРИКИ

European Patent Office
Erhardstrasse 27
D-8000 Munich 2
Germany
Tel.: 89-2399-0
Fax: 89-2399-2892

ЛАТИНСЬКА АМЕРИКА

Inter-American Association of
Industrial Property
(Asociacion Interamericana de la
Propriedad Industrial)
Maipu 757, Piso 5
1006 Buenos Aires
Argentina
Tel.: 1-325-3688
Telex: 23612 PUM

Inter-American Copyright Institute
(Instituto Interamericano de Direito de
Autor)
Faculty of Law of the University of
Sao Paulo
Largo de Sao Paulo, SP
Brazil
Tel.: 11-211-9498
Telex: 011-34027

American Copyright Council
c/o Association of Publishers
1718 Connecticut Avenue, N.W.
Seventh Floor
Washington, D.C. 20009
U.S.A.
Tel.: 202-232-3335

American Copyright Society
345 West 58th Street
New York, New York 10019
U.S.A.
Tel.: 212-582-5705

Pacific Industrial Property Association
Post Office Box 3477
Grand Central Station
New York, New York 10163
U.S.A.

American Intellectual Property Law
Association
2001 Jefferson Davis Highway
Suite 203
Arlington, Virginia 22202
U.S.A.
Tel.: 703-415-0780
Fax: 703-415-0786

*Лоуренс Р. Гефтер є партнером у фірмі «Фіннеган, Гендерсон, Фарабоу, Гарретт енд Даннер». Він часто виступає з лекціями і є автором багатьох праць у галузі захисту торговельних знаків, недобросовісної конкуренції, франшизних відносин та судових практик. Член Правління Міжнародної асоціації захисту торговельних знаків та Американської правничої асоціації захисту інтелектуальної власності.
Л.Р. Гефтер – ад'юнкт-професор Національного правничого центру при Університеті Джорджа Вашингтона.*

*Роберт Д. Ліговіц є партнером у фірмі «Фіннеган, Гендерсон, Фарабоу, Гарретт енд Даннер». Виступає з лекціями і є автором багатьох праць у галузі права, яким регулюється захист торговельних знаків. Консультував Комісію з питань міжнародної торгівлі.
Член Міжнародної асоціації захисту торговельних знаків та Американської правничої асоціації захисту інтелектуальної власності.*

Керівництво проектом здійснено фірмою «Фіннеган, Гендерсон, Фарабоу, Гарретт енд Даннер». Фірма «Фіннеган, Гендерсон та інші» є однією з провідних юридичних контор США, що займається питаннями захисту інтелектуальної власності. Адвокати фірми спеціалізуються на судовій практиці, дорадництві та питаннях ліцензування в усіх галузях інтелектуальної власності, що включає патенти, торговельні знаки, авторські права, комерційну таємницю і недобросовісну конкуренцію.

Серія Доповідей про процвітання:
Управління тематичних програм
Економічна безпека
Редактор: Джин С. Голден
