

# ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ



ПРОМЫШЛЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

«ИС» выходит с 1957 года (до 1992 г. – под названием «Вопросы изобретательства»)

№ 1

2020 январь



23/ Патентные  
исследования

5/ Государственная  
политика

33/ Коммерциализация ИС

11/ Патентование

41/ Товарные знаки

Оформите подписку на 2020 год! Подробнее – на [www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru)

# Итоги конкурса научных работ



*Итоги конкурса научных работ на тему авторского права и смежных прав в честь 20-летия журнала «Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права»*

**Состав жюри:**

**А.А. Амангельды**, д.ю.н., доцент

**К.М. Беликова**, д.ю.н., профессор

**В.С. Витко**, к.ю.н.

**А.Г. Матвеев**, д.ю.н., профессор

**П.М. Морхат**, к.ю.н.

**И.И. Слабых**, мастер права

(George Washington University, США)

**1 место**, главный приз – 25 000 рублей и годовая подписка на журнал «Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права».

**Сёмин Павел Олегович**

Статья «Авторские и смежные права при скрейпинге сайтов в сети Интернет» (опубликована в № 11 за 2019 год)

**2 место**, приз – годовая подписка на журнал «Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права».

**Саулин Илья Николаевич**

Статья «Передача и переход исключительных прав по договорам на выполнение работ. Альтернативный взгляд на теоретические аспекты п. 1 ст. 1296» (опубликована в № 7 за 2019 год)

**3 место**, приз – годовая подписка на журнал «Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права».

**Синев Артём Александрович**

Статья «Некоторые аспекты ординарных объектов авторского права» (опубликована в № 8 за 2019 год)

**Поздравляем победителей!  
Благодарим участников Конкурса,  
а также членов жюри!**

Главный редактор – Н.Б. ТЕРЕНТЬЕВА  
E-mail: [pravo@superpressa.ru](mailto:pravo@superpressa.ru)

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

**Г.П. Ивлиев** (к.ю.н.) – руководитель Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент)

**С.Я. Тлевлесова** (к.ю.н.) – президент Евразийского патентного ведомства

**А.Б. Кашеваров** (к.э.н.) – заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы (ФАС России)

**П.В. Степанов** (к.ю.н.) – советник, заместитель Министра культуры Российской Федерации

**А.В. Наумов** – член Совета при Председателе Совета Федерации ФС РФ по вопросам интеллектуальной собственности, референт Управления Президента РФ по научно-образовательной политике

**Б.Б. Леонтьев** (д.э.н., профессор) – генеральный директор Института СОИС, зам. председателя Комитета по интеллектуальной собственности ТПП РФ

**А.О. Аракелова** (доктор искусствоведения, заслуженный работник культуры Российской Федерации) – и.о. ректора Российской государственной академии интеллектуальной собственности (РГАИС)

**Е.В. Королева** (д.э.н., доцент) – и.о. проректора по инновационному развитию и науке РГАИС

**И.А. Близнец** (д.ю.н., профессор) – и.о. заведующего кафедрой авторского права, смежных прав и частноправовых дисциплин РГАИС

**А.Г. Бадалова** (д.э.н., профессор) – МГТУ «СТАНКИН»

**А.А. Ищенко** (к.э.н.) – председатель ЦС ВОИР

**О.В. Видякина** (к.э.н.) – LL.M, заведующая сектором патентования и охраны результатов интеллектуальной деятельности ООО «НИИ Транснефть»

**Е.Б. Балашов** (к.ю.н.) – заместитель генерального директора Ассоциации «Агротехмаш»

**В.Ф. Евстафьев** (д.т.н., профессор) – Ассоциация «Российский дом международного научно-технического сотрудничества», руководитель направления

**В.О. Калятин** (к.ю.н.) – ведущий юрист по интеллектуальной собственности ОАО «РОСНАНО», профессор Исследовательского центра частного права им. С.С. Алексеева при Президенте РФ

**В.В. Антипин** – генеральный директор НВОУ «Институт рынка и интеллектуальной собственности», представитель Коллегии ВПК РФ

**Ю.П. Фомичев** (к.т.н.) – заместитель директора ЗАО «Научно-инженерный центр «СИНАПС»

**А.А. Амангельды** (д.ю.н.) – и.о. доцента кафедры международного права Казахского национального университета им. аль-Фараби

# ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

## ПРОМЫШЛЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

№ 1 / 2020 январь

Журнал зарегистрирован Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Регистрационный ПИ № 77-15023. Учредитель – ООО «Издательский Дом «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ» (с 2012 г. является членом Московской торгово-промышленной палаты)

## УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Решением Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ журнал «Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность» включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук по группе научных специальностей 08.00.00 – экономические науки (дата включения: 27.01.2016).

## ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ:

**А.Л. Просветов**  
ведущий редактор

**В.А. Медведев**  
компьютерная верстка

**Н.Н. Стрельцова**  
корректор



## ПОЧТОВЫЙ АДРЕС:

115035, г. Москва, а/я 66

## АДРЕС РЕДАКЦИИ:

г. Москва, Раушская наб., 4, офис 416

Тел./факс: +7 (495) 959-33-24

Факс: +7 (499) 230-18-05

E-mail: [pravo@superpressa.ru](mailto:pravo@superpressa.ru)

[www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru)

## СОБЫТИЯ

- 4/ Встреча Дмитрия Медведева с генеральным директором Всемирной организации интеллектуальной собственности Фрэнсисом Гарри

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА

- 5/ В. Антипин  
К вопросу  
о формировании  
долгосрочной стратегии  
развития Российской  
Федерации в сфере  
интеллектуальной  
собственности



## ПАТЕНТОВАНИЕ

- 11/ Н. Алисова, З. Войцеховская, Л. Цикунова  
Многоаспектное классифицирование технических объектов  
с использованием схем вторичной классификации МПК



## ПАТЕНТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- 23/ В. Шведова, Ф. Иванов  
Актуализация  
ГОСТ Р 15.011-96  
«СРПП. Патентные  
исследования.  
Содержание и порядок  
проведения»

## КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИС

- 33/** И. Гвоздецкая, С. Майкова, Д. Окунев  
Роль конкурентной разведки в процессе коммерциализации объектов интеллектуальной собственности

## ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

- 41/** С. Грант  
Особенности регистрации товарных знаков, используемых предприятиями сферы ритейла

- 51/** В. Климова  
Возможно ли в настоящее время построение единой терминосистемы?

- 57/** С. Слободян  
Противоречие общественным интересам, принципам гуманности и морали как основание отказа в государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака. *Часть 1*



## КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ

- 70/** Новые цифровые сервисы Роспатента начнут работать в мае 2020 года  
VI Конгресс «Инновационная практика: наука плюс бизнес»

## Встреча Дмитрия Медведева с генеральным директором Всемирной организации интеллектуальной собственности Фрэнсисом Гарри

4 декабря 2019 Горки, Московская область. Обсуждались актуальные вопросы взаимодействия России и организации, а также тематика международного правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности.

### Из стенограммы:

Встреча с генеральным директором Всемирной организации интеллектуальной собственности Фрэнсисом Гарри

**Д. Медведев:** Приветствую Вас, уважаемый господин генеральный директор!

Мы с Вами не в первый раз встречаемся. Мы придаём большое значение взаимодействию с Всемирной организацией интеллектуальной собственности, которую Вы уже давно возглавляете.

За истекший период (мы виделись с Вами в 2013 году и в 2016 году) у нас в стране произошли определённые благоприятные изменения в сфере интеллектуальной собственности, связанные в том числе и с нашим участием в ВОИС.

Мы с Вами обсуждали открытие офиса в «Сколково». Насколько я знаю, он открылся, работает и даёт дополнительные возможности для всех, кто заинтересован в защите своих интеллектуальных прав.

Всё это – результат взаимодействия с Всемирной организацией интеллектуальной собственности, и мы рады тому, что принимаем самое активное участие в различных процессах, которые у вас происходят.

Мы с Вами встречались и на юридическом форуме. Спасибо ещё раз, что приехали тогда.



© РИА Новости/Александр Астафьев

Я готов обсудить вопросы взаимодействия России с ВОИС в дальнейшем.

**Ф. Гарри (как переведено):** Большое спасибо, господин Премьер-министр. Большая честь, что Вы нас принимаете.

Прежде всего хочу поблагодарить в Вашем лице Российскую Федерацию за все оказываемые нам меры помощи. Кроме того, хочу отметить, что Россия действительно развивается семимильными шагами, особенно в технологической области, в области передовых технологий. «Сколково» – самый наглядный тому пример. Мы видим кратное увеличение потенциала России в части новых технологий, видим новые инициативы в части защиты интеллектуальной собственности, что, разумеется, идёт на пользу самым разным отраслям промышленности. ■

Источник: government.ru

# К вопросу о формировании долгосрочной стратегии развития Российской Федерации в сфере ИС

**В. Антипин**

(г. Санкт-Петербург)  
antipin-100@yandex.ru



**В статье В.В. Антипина, генерального директора НВОУ «Институт рынка и интеллектуальной собственности», представителя от Коллегии Военно-промышленной комиссии Российской Федерации для включения в состав рабочей группы по разработке Стратегии ИС, рассматриваются вопросы по формированию долгосрочной стратегии развития Российской Федерации в сфере интеллектуальной собственности. Предлагается принцип формирования этой стратегии, базирующийся на использовании института интеллектуальной собственности. Данный институт рассматривается как ресурс для развития инновационной экономики страны и как механизм внедрения в производство достижений сферы науки и технологий.**

**The publication by V. Antipin, general director of the Institute of Market and Intellectual Property, representative of the Defense Sector Board to be included in the working group for intellectual property development strategy, discusses the issues related to forming Russia's long-term strategy in the area of intellectual property. The author proposes that the strategy in question should be based on the institution of intellectual property, viewed as a resource for the development of the nation's innovation-based economy and as a tool for implementation of science and tech achievements in mass production.**

**Ключевые слова:**

*стратегия интеллектуальной собственности, институт интеллектуальной собственности, инновационная экономика, внедрение НИОКР, нематериальные активы.*

**Keywords:**

*strategy for intellectual property, institution of intellectual property, innovation-based economy, R&D results implementation, intangible assets.*

Для успешного решения социально-экономических задач, стоящих перед нашей страной, требуется обеспечить инновационный характер развития экономики государства. В целях решения этих задач принимается «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.» [1] и план мероприятий по реализации этой стратегии [2].

В то же время по мере выполнения принятых мероприятий становится очевидным, что они не приносят желаемого ускорения развития экономики страны.

Для улучшения имеющего положения Президентом Российской Федерации разрабатывается и утверждается «Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации» [3], а Правительством Российской Федерации – план по ее реализации [4]. Однако коренного перелома в ускорении инновационного характера развития экономики страны они пока не приносят.

Анализ этих стратегических документов показывает, что в них не предусматривается полноценного и своевременного использования такого важного и необходимого для инновационного развития экономики страны ресурса, каким является институт интеллектуальной собственности (далее – институт ИС). Указанный институт длительное время не рассматривается как единый (целостный) и легальный механизм, направленный на внедрение достижений сферы науки и технологий в производство на всех этапах создания и реализации инноваций.

На недооценку роли и места института ИС в современной экономике страны систематически указывали специалисты, обсуждавшие пути развития экономики высокотехнологических отраслей промышленности, в том числе и в оборонно-промышленном комплексе [5, 6].

Известно, что после внесения рыночных отношений в сферу науки и технологий (1991 г.) изобретатель-

ство и рационализация, а также патентно-лицензионная деятельность из вспомогательного направления в экономике страны, как это было в СССР, становятся одним из ведущих факторов развития экономики в виде института ИС, который фактически становится необходимым ресурсом для инновационного характера развития экономики страны в рыночных условиях ее функционирования.

Как любое новое направление в экономике, институт ИС требует для своего функционирования принятия новых законодательных и нормативных актов, которые бы учитывали использование этого ресурса, в частности, как «нематериального» актива.

Отсутствие в СССР необходимого опыта в этом направлении, новизна необходимых для принятия законодательных и нормативных актов, а также отсутствие достаточного числа специалистов в этой области экономики приводят к крайне медленному и противоречивому процессу признания института ИС важнейшей частью экономического развития страны.

Достаточно указать, что только через 17 лет после признания интеллектуальной собственности в качестве объекта собственности (1991 г.), эта собственность признана в качестве имущества [7]. Минфин России лишь в 2007 г. утвердил указание по ведению нематериальных активов на предприятиях [8], а в 2010 г. соответствующие указания были утверждены для министерств [9].

Научная общественность в последние годы систематически выступала за признание института ИС в качестве ресурса [10].

Вторая не менее важная роль института ИС – это рассмотрение его как легального механизма по внедрению достижений сферы науки и технологий в производство на всех этапах инновационного развития экономики страны.

Раскрытие этой роли института ИС в вышеперечисленных стратегических документах фактически осталось за кадром, так как они вводят только некоторые фрагментарные упоминания об интеллектуальной собственности. Так, институт ИС не рассматривается в них как комплекс, единосвязанный с таким ресурсом, как интеллектуальная собственность, а также как легальный механизм внедрения достижений науки и технологий, включающий три важнейших составляющих: юридическую, техническую и экономическую.

На сегодня особенно остро ставятся вопросы, касающиеся экономических аспектов института ИС. В частности, вопрос о переносе затрат на создание интеллектуальных результатов НИОКР на процесс разработки современных технологий и учета этих затрат в цене выпускаемой высокотехнологической продукции.

Необходимость разрешения данной проблемы в настоящее время связана с тем, что в последние годы завершается выполнение ряда государственных программ Российской Федерации (ГП) и федеральных целевых программ (ФЦП), где предусматривается завершение значительного объема работ по исследованиям и разработкам.

Министерства – государственные заказчики после завершения НИОКР должны поставить результаты этих работ с учетом их стоимости на бухгалтерский учет в своем министерстве и в реестре федерального имущества, ведение которого осуществляет Росимущество. Определение затрат на создание материальных объектов (опытные образцы и т. д.) достаточно известны, чего нельзя сказать про объекты интеллектуальной собственности, создаваемые при выполнении НИОКР.

В декабре 2018 г. Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации (в лице Совета по интеллектуальной собственности) поставил задачу по разработке долгосрочной «Стратегии развития Российской Федерации в области интеллектуальной собственности» (далее – Стратегия ИС).

Это уже третья попытка сформировать такой стратегический документ. Рабочая группа, созданная Минобрнауки России в марте 2015 г., не смогла разработать документ, основные положения которого были бы поддержаны всеми членами группы. Особенно сильны были противоречия в определении места

и задач интеллектуальной собственности в развитии промышленности.

Положительной стороной деятельности рабочей группы было не только установление факта отсутствия в «Стратегии по развитию инновационной деятельности» положения о роли интеллектуальной собственности как ресурса в этой деятельности, но и подготовка предложений по внесению в эту стратегию специального раздела об интеллектуальной собственности.

*Научная общественность в последние годы систематически выступала за признание института ИС в качестве ресурса*

К числу недостатков предыдущей редакции Стратегии ИС можно отнести следующие положения:

1. Интеллектуальная деятельность, в том числе создание и использование в производстве интеллектуальной собственности, не рассматривалась как единый механизм по внедрению достижений науки и технологий в экономику страны в виде института ИС. В ней приводились важные, но отдельные составляющие, отвечающие интересам отдельных министерств.
2. Не признавалась роль института ИС как официального и юридически закрепленного механизма по внедрению достижений сферы науки и технологий на всех стадиях инновационного развития экономики страны, т. е. механизма, имеющего такие составляющие, как юридическая, техническая и экономическая.
3. В разработке проекта Стратегии ИС не принимало участие Министерство финансов Российской Федерации, что отрицательно сказывалось и на результативности деятельности самой группы, и на содержании самого проекта Стратегии ИС.
4. Не разрабатывался одновременно с проектом Стратегии ИС такой важный документ, как план ме-



© [www.istockphoto.com/nesharm](http://www.istockphoto.com/nesharm)

роприятия по реализации самой Стратегии ИС, предусматривающий перечень законодательных и нормативных актов, разработка которых необходима для реализации Стратегии ИС, с указанием сроков их разработки и ответственных министерств за их разработку.

При подготовке нового проекта Стратегии ИС необходимо принять во внимание опыт подготовки такой Стратегии ИС в предыдущие годы, а также вышедшие в последние годы вышеупомянутые документы по стратегическому планированию [1–4].

Ввиду сказанного представляется целесообразным:

1. Рассматривать Стратегию ИС как документ стратегического планирования, дополняющий «Стратегию научно-технологического развития Российской Федерации» и «Стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.».
2. В Стратегии ИС раскрыть роль и место института ИС.

3. Определить в качестве основной цели Стратегии ИС обеспечение социально-экономического развития страны, а также ее национальной безопасности и технологической независимости путем развития института ИС как важнейшего ресурса для инновационного характера развития экономики страны.

4. Определить в качестве основных задач Стратегии ИС следующие:

- формирование государственной политики по научно-технологическому развитию экономики страны, включая вопросы культуры и искусства, через развитие и совершенствование института ИС на всех стадиях инновационного развития страны;
- формирование экономических и других механизмов (включая налоговые преференции) по внедрению в отечественное производство интеллектуальных результатов (в виде объектов интеллектуальной собственности) отечественных и зарубежных исследований и разработок;
- повышение роли и значимости в инновационной экономике страны (включая вопросы культуры и искусства) создателей интеллектуальной собственности (авторов инноваций) и совершенствование системы материальных и нематериальных стимулов для активизации участия населения страны, включая авторов инноваций, в изобретательской деятельности во всех областях экономики, культуры и искусства;
- способствование международному научно-техническому сотрудничеству путем обеспечения национальных интересов внутри страны и за рубежом по правовой охране и правовой защите экономических аспектов использования интеллектуальной собственности, созданной гражданами Российской Федерации, в том числе за счет средств федерального бюджета;
- рассмотрение знаний, полученных в процессе фундаментальных исследований, на предмет признания тех из них, которые имеют прикладной характер, в качестве объектов интеллектуальной собственности, а также подготовка соответствующих законодательных и нормативных актов.

5. В Стратегии ИС закрепить следующие принципиальные положения, касающиеся института ИС:

- во-первых, признать институт ИС в качестве ресурса, необходимого для инновационного характера развития экономики страны и высокотехнологических отраслей промышленности, к числу которых относится оборонно-промышленный комплекс;
- во-вторых, реализовать положение об институте ИС как о легальном и юридически закреплённом механизме внедрения достижений науки в производство, в том числе и на предприятиях ОПК, при внесении рыночных отношений в сферу науки и технологий.
- в-третьих, определить государственного заказчика как структуру, отвечающую за управление интеллектуальной собственностью, создаваемой за счет

средств федерального бюджета, на всех этапах инновационного развития экономики страны.

6. Структура Стратегии ИС должна соответствовать структуре «Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» и раскрывать по каждому разделу функции института ИС. Предлагаемая структура Стратегии ИС приводится ниже.

7. Одновременно с проектом Стратегии ИС должны быть разработаны:

- обоснования по каждому разделу Стратегии ИС;
- план реализации Стратегии ИС, т. е. «дорожная карта», включающая перечень законодательных и нормативных актов, которые должны быть разработаны (дополнены или откорректированы), с указанием сроков подготовки актов и исполнителей в лице министерств.

### **СТРУКТУРА долгосрочной стратегии развития Российской Федерации в сфере интеллектуальной собственности**

I – Общие положения.

Роль института ИС как ресурса в инновационном характере развития экономики России.

II – Стратегические ориентиры и возможности института ИС в научно-технологическом развитии России:

- институт ИС – легальный и юридически закреплённый государственный механизм внедрения достижений науки в производство;
- возможности института ИС на различных этапах инновационного характера развития экономики России.

III – Цель и основные задачи института ИС по реализации научно-технологического и социально-экономического развития Российской Федерации.

IV – Государственная политика в сфере интеллектуальной собственности, в том числе в государственном секторе экономики страны:

- Основные подходы по реализации государственной политики в сфере интеллектуальной собственности:
  - а) к области промышленности и реального сектора экономики;
  - б) к области культуры и искусства.

– Основные меры по реализации государственной политики в сфере интеллектуальной собственности:

- а) в области промышленности и реального сектора экономики;
- б) в области культуры и искусства.

V – Результаты и основные этапы реализации долгосрочной Стратегии Российской Федерации в сфере интеллектуальной собственности:

- результаты реализации Стратегии;
- основные этапы реализации Стратегии.

VI – Механизмы реализации Стратегии:

- управление реализацией Стратегии, разработка задач, функций и полномочий органов исполнительной власти Российской Федерации, в том числе министерств (ведомств), выполняющих роль государственных заказчиков;
- контроль за реализацией Стратегии, включая мониторинг по ключевым параметрам реализации Стратегии. ■

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р.
2. План мероприятий, направленный на стимулирование инновационного развития Российской Федерации на 2017–2018 гг. Утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации 25 августа 2017 г. № 1817-р.
3. Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации. Утверждена указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642.
4. План мероприятий по реализации Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации на 2017–2019 гг. Утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 июня 2017 г № 1325-р.
5. Антипин В.В., Евстафьев В.Ф. Роль института интеллектуальной собственности в российской экономике // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. – № 4.
6. Антипин В.В. Интеллектуальная собственность – необходимый ресурс для выполнения государственных программ. Сборник докладов Третьей конференции «Экономический потенциал промышленности на службе оборонно-промышленного комплекса». – М.: Издательский дом «Connect», 2018.
7. Постановление Правительства Российской Федерации от 16 июля 2007 г № 447 «О совершенствовании учета федерального имущества».
8. Приказ Минфина России от 27 декабря 2007 г № 153-н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету. Учет нематериальных активов».
9. Приказ Минфина России от 1 декабря 2010 г № 157-н «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для государственных органов власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и инструкции по его применения».
10. Резолюция секции «Государственный оборонный заказ и экономические проблемы интеллектуальной собственности». Сборник докладов Третьей конференции «Экономический потенциал промышленности на службе оборонно-промышленного комплекса». – М.: Издательский дом «Connect», 2018.

# Многоаспектное классифицирование технических объектов с использованием схем вторичной классификации МПК



**Н. Алисова**  
(г. Москва)  
otd3239@rupto.ru



**З. Войцеховская**  
(г. Москва)  
orpos@rupto.ru



**Л. Цикунова**  
(г. Москва)  
otd3242@rupto.ru

Старший научный сотрудник отд. развития информационных ресурсов, классификационных систем и стандартов в области интеллектуальной собственности ФИПС Н.В. Алисова, старший научный сотрудник отд. развития информационных ресурсов, классификационных систем и стандартов в области интеллектуальной собственности ФИПС З.Э. Войцеховская, а также заведующий сектором классификации отдела развития информационных ресурсов, классификационных систем и стандартов в области интеллектуальной собственности ФИПС Л.А. Цикунова в своей статье рассматривают основные принципы многоаспектного классифицирования технических объектов с применением Международной патентной классификации (МПК). Авторами были приведены детализированные примеры классифицирования патентных документов с использованием схем вторичной классификации в международной базе данных патентных документов Espacenet и сделаны выводы о преимуществах использования схем вторичного классифицирования для проведения патентного поиска.

*Ключевые слова:*

*Международная патентная классификация (МПК), многоаспектное классифицирование, примечания, Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС), схемы вторичной классификации, Определения, патентный поиск, патентные документы.*

На сегодняшний день Международная патентная классификация является основой распределения патентной информации и эффективным инструментом поиска патентных документов и анализа изобретательской активности в различных отраслях техники. По данным статистики Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), общее количество рубрик в версии МПК 2019 года составляет 74 503 рубрики, что на 8,5% больше, чем в редакции МПК 2006 года [1].

The publication prepared by team of experts from the Department for development of information resources, classification systems and standards in the area of intellectual property of the Federal Institute of Industrial Property – N. Alisova, senior research associate, Z. Voitsekhovskaya, senior research associate, and L. Tsikunova, head of the classification branch – reviews the basic principles of multi-aspect classification of technical objects based on the International Patenting Classification (IPC). The authors provide detailed examples of patent papers classification using the secondary classification schemes in Espacenet international patenting database and come to the conclusion that these schemes offer advantages in terms of patenting search.

*Keywords:*

*International Patenting Classification (IPC), multi-aspect classification, notes, WIPO, secondary classification schemes, definitions, patenting search, patenting documents.*

Основополагающим документом для работы с МПК является «Руководство к МПК» (далее – Руководство), которое издается ВОИС на английском и французском языках (Guide to the IPC) [2]. Русскоязычное «Руководство к МПК» является аутентичным переводом Guide to the IPC и издается Федеральным институтом промышленной собственности [3].

Система Международной патентной классификации содержит несколько подклассов, которые коротко на-

зываются подклассами «вторичного» классифицирования. Следует отметить, что такими подразделениями являются только подклассы с соответствующими группами и подгруппами, а не разделы или классы.

К этим подклассам относятся:

- A01P «Биоцидная, репеллентная, аттрактантная или регулирующая рост растений активность химических соединений или препаратов»;
- A61P «Специфическая терапевтическая активность химических соединений или лекарственных препаратов»;
- A61Q «Специальное использование косметических или подобных туалетных средств»;
- B82Y «Специфическое использование нано-структур; измерение или анализ нано-структур; производство или обработка нано-структур»;
- B33Y «Технология послойного синтеза, т. е. изготовление трехмерных [3D] объектов добавочным нанесением, добавочной агломерацией или добавочным наложением, например посредством 3D печати, стереолитографии или избирательного лазерного спекания».

Как видно из названий этих подклассов, они предназначены для классифицирования специального использования по определенному назначению какого-либо объекта (вещества, способа или устройства), а также для классифицирования особого способа изготовления.

При выборе подходящего классификационного подразделения, например подгруппы, необходимо ознакомиться с примечаниями, начиная от примечаний к соответствующему классу и до примечаний к выбранной подгруппе, ограничительными отсылками в тексте выбранной рубрики (если таковые имеются) и Определениями к соответствующему подклассу или группе (Определения можно найти на сайте ВОИС на английском языке).

*Основопологающим документом для работы с МПК является «Руководство к МПК», которое издается ВОИС на английском и французском языках (Guide to the IPC)*

Особое внимание стоит уделить примечаниям, поскольку они содержат важную информацию об объеме классификационного подразделения, особые правила классифицирования в данном классификационном подразделении и его связь с другими подразделениями МПК.

Примечания раскрывают также значения технических терминов, используемых в тексте (Табл. 1 и 2).

Необходимо отметить, что примечания распространяются только на те места классификационной системы, где они расположены, а примечание к группе имеет преимущество над примечанием к подклассу или классу.

Таблица 1

**Пункты (1) и (5) примечания к подклассу A01P «Биоцидная, репеллентная, аттрактантная или регулирующая рост растений активность химических соединений или препаратов»**

№	Примечание	Комментарии
1	К данному подклассу относится биоцидная, репеллентная, аттрактантная или регулирующая рост растений активность химических соединений или препаратов, уже проклассифицированных в подклассах A 01N или C 12N или в классах C 01, C 07 или C 08.	Данное примечание говорит о том, что индексы подкласса A01P на патентных документах не проставляются самостоятельно, т. е. не могут быть единственными.
5	На патентных документах классификационные индексы данного подкласса не проставляются первыми.	Данное примечание говорит о том, что индексы подкласса A01P на патентных документах всегда следуют за индексами подклассов A 01N или C 12N или классов C 01, C 07 или C 08.

**Примечания к подклассу В82У «Специфическое использование nano-структур; измерение или анализ nano-структур; производство или обработка nano-структур»**

№	Примечание	Комментарии
1	Данный подкласс охватывает применение и аспекты nano-структур, которые получены любым способом, а не только путем манипулирования отдельными атомами или молекулами. [2011.01]	Данное примечание разъясняет тематику и объем данного классификационного подразделения.
2	Следует обратить внимание на примечание, следующее за заголовком класса В82, в котором приводятся значения терминов «nano-размер», «nano-масштаб» и «nano-структура» для данного подкласса. [2011.01]	Данное примечание разъясняет значения терминов «nano-размер», «nano-масштаб» и «nano-структура» для данного подкласса. Это необходимо для однозначности классифицирования технических объектов.
3	Этот подкласс предназначен для обеспечения полного поиска по nano-структурам путем комбинации классификационных символов этого подкласса с классификационными символами других подклассов. Следовательно, этот подкласс охватывает аспекты nano-структур, которые могут быть также полностью или частично проклассифицированы в других местах МПК. [2011.01]	Пункты (3) и (4) примечания подчеркивают, что подкласс В82У предназначен для многоаспектного обязательного вторичного классифицирования вместе с другим аспектом тематики, уже проклассифицированной как таковой индексами обязательной классификации в других местах МПК. Такое многоаспектное классифицирование необходимо для повышения эффективности патентного поиска.
4	Этот подкласс предназначен для обязательного дополнительного классифицирования тематики, которая уже проклассифицирована как таковая в других классификационных рубриках, например: [2011.01] В82В Nano-структуры, образованные путем манипулирования атомами, молекулами или ограниченным объемом атомов или молекул как дискретными объектами; их производство или обработка [2011.01]; А61К 9/51 Nano-капсулы для медицинских препаратов [2011.01]; В05D 1/20 Пленки Лангмюра-Блоджет [2011.01]; С01В 32/15 Углеродные nano-структуры, например бакиболлы, nano-трубки, nano-катушки, nano-структуры тороидальной или луковичной формы [2011.01] и т. д.	
5	При присвоении патентному документу классификации классификационные символы данного подкласса не проставляются первыми. [2011.01]	Данное примечание говорит о том, что индексы подкласса В32У на патентных документах, а всегда следуют за рубриками подклассов основной классификационной схемы.
6	В данном подклассе применяется многоаспектное классифицирование; при этом аспекты тематики, которые охватываются более чем одной из его групп, должны классифицироваться в каждой из этих групп. [2011.01]	Данное примечание указывает на то, что классифицирование объекта в соответствии только с одним аспектом привело бы к неполной поисковой информации и уменьшению эффективности патентного поиска

Следует отметить главное отличие схем вторичной классификации от схем кодирования – это **обязательность классифицирования по рубрикам схемы вторичной классификации**, а не желательное классифицирование, как в случае схем кодирования. Например, подкласс С12R «Схема кодирования для подклассов С12С–С12Q, относящаяся к микроорганизмам» представляет собой схему кодирования, выделенную в целый подкласс. Если ознакомиться с примечаниями к подклассам С12С–С12Q, то к ним введено одно и то же примечание «В данном подклассе **желательно добавлять индексы кодирования подкласса С12R**».

В соответствии с параграфами 108–114 и 156–161 Руководства к МПК индексы схем вторичной классификации на патентных документах воспроизводятся жирным шрифтом, в то время как индексы схем кодирования – обычным шрифтом (т. е. не жирным) [2].

Подклассы А01Р, А61Р, А61Q были разработаны более 13 лет назад и их схемы хорошо детализированы, тогда как подкласс В82У был разработан в 2011 г. и В33У – в 2015 г. В настоящее время классификационные схемы этих двух подклассов преимущественно состоят их главных групп без детализации (Табл. 3 и 4).

Таблица 3

**Полный классификационный индекс подгруппы А61Р 31/18  
«...противовирусные средства против вируса иммунодефицита»**

А61Р 31/00		Противоинфекционные средства, т. е. антибиотики, антисептики, химиотерапевтические средства
А61Р 31/12	.	противовирусные средства
А61Р 31/14	..	против вирусов РНК
А61Р 31/18	...	против вируса иммунодефицита

Таблица 4

**Классификационная схема подкласса В33У «Технология послойного синтеза,  
т. е. изготовление трехмерных [3D] объектов добавочным нанесением,  
добавочной агломерацией или добавочным наложением, например посредством 3D печати,  
стереолитографии или избирательного лазерного спекания»**

В33У 10/00	Процессы технологии послойного синтеза [2015.01]
В33У 30/00	Устройства для послойного синтеза; конструктивные элементы или аксессуары для них [2015.01]
В33У 40/00	Вспомогательные операции или оборудование, например для обработки материала [2015.01]
В33У 50/00	Запрашивание данных или обработка данных для послойного синтеза [2015.01]
В33У 50/02	. для управления или регулирования процессов послойного синтеза [2015.01]
В33У 70/00	Материалы, специально предназначенные для послойного синтеза [2015.01]
В33У 80/00	Продукты, полученные послойным синтезом [2015.01]
В33У 99/00	Тематика, не предусмотренная в других группах данного подкласса [2015.01]

Действительно, внесение в какой-либо подкласс МПК рубрик, касающихся использования или изготовления конкретного объекта изобретения, сделало бы классификационную схему этого подкласса громоздкой. Кроме того, появилось бы огромное количество продублированных в разных подклассах одинаковых рубрик, что неизбежно вызвало бы путаницу, шум при поиске и затруднило бы его.

Появление таких новых технологий, как 3D печать, позволяет в самых разных отраслях техники изготавливать различные объекты новыми нетрадиционными способами и независимо от применяемого материала. В качестве примера можно рассмотреть такой понятный всем объект, как пуговица.

Когда в заявке на изобретение говорится, что требуется получить изделие объемной формы (например, строительный блок, упаковку или пуговицу),

то при появлении новой технологии изготовления указанных объектов, такой как технология послойного синтеза, возникла необходимость создания единого подразделения МПК, которое бы охватывало эту тематику для самых разных изделий. Иначе потребовалось бы водить во все подклассы для этих изделий соответствующие рубрики, касающиеся получения трехмерных [3D] объектов. Этот метод реализуется добавочным нанесением, добавочной агломерацией или добавочным наложением, например посредством 3D печати, стереолитографии или избирательного лазерного спекания. В 2015 г. в МПК было введено новое подразделение, которым стал подкласс В33У, предназначенный для указанной технологии изготовления.

В подклассе А44В «Пуговицы, булавки, пряжки...» не существует классификационных рубрик для способов изготовления пуговиц, но существует рубрика

A44B 1/02 «Пуговицы, характеризующиеся материалом», в которой не уточняется конкретный материал. Для технологий изготовления пуговиц из металла, например листового, а также с применением перфорации в подклассе B21D – «механическая обработка листового, сортового, профильного металла или труб; перфорация», существует рубрика B21D 53/48 «галантерейные изделия в виде пуговиц». В этом случае классификация должна быть следующей: **A44B1/02, B21D 53/48.**

*Если бы не было подкласса B33Y, то пришлось бы вводить рубрики для литья, шлифовки, вырезания и других технологических способов изготовления пуговиц в подкласс A44B*

Если для материала пуговиц выбран пластик, то технология изготовления пуговиц из пластичных материалов в зависимости от способа формования должна относиться, например, к рубрике B29C 43/02 «формование прессованием отдельных изделий». При этом нужно также учитывать наличие в классе B29 подкласса B29L «Схема кодирования особых изделий, относящаяся к подклассу B29C», в котором предусмотрена рубрика B29L 19/00 «Пуговицы или их заготовки».

В этом случае классификация будет другая: **A44B1/02, B29C 43/02, B29L 19/00**, т. е. указывается вид изделия – пуговица, характеризующаяся материалом (A44B1/02), технология изготовления изделий из пластика – прессование материалов в пластическом состоянии (B29C 43/02) и изделие, получаемое этим способом (B29L 19/00). При этом последняя рубрика является индексом кодирования и проставляется по желанию лица, проводящего классифицирование.

В примере с пуговицей, которой надо придать объемную форму, когда в заявке на изобретение не указывается материал, а лишь говорится, что изделие изготавливается методом послойного синтеза, т. е. путем получения трехмерных [3D] объектов добавочным нанесением, добавочной агломерацией или добавочным наложением, например посред-

ством 3D печати, стереолитографии или избирательного лазерного спекания, то для классифицирования обязательно должны проставляться рубрики подкласса B33Y, который предназначен для указанной технологии изготовления. В этом случае первым и основным индексом должна быть классификационная рубрика A44B 1/00 «Пуговицы», а за ней (соблюдая Примечание 4) – те рубрики подкласса B33Y, которые имеют отношение к его тематике, т. е. проводится многоаспектное классифицирование, обеспечивающее полноту поиска по данной тематике (Примечание 5). Так, если раскрыт способ и устройство для изготовления пуговицы методом 3D печати, то в качестве основной, как указано выше, выбирается рубрика A44B 1/00, в качестве вторичной, но обязательной – рубрики B33Y 10/00, B33Y 30/00, B33Y 80/00 (Табл. 4).

Если бы не было подкласса B33Y, то пришлось бы вводить рубрики для литья, шлифовки, вырезания и других технологических способов изготовления пуговиц в подкласс A44B.

При рассмотрении объектов, относящихся к лекарственным препаратам (подкласс A61K), необходимо понимать, что терапевтическая активность, охватываемая подклассом A61P, не может быть предметом изобретения, т. к. он определяется его составом или композицией, уже проклассифицированными в таких подразделениях как A61K, C07, C08 или C12N.

Это положение в полной мере относится также и к биоцидной, репеллентной и т. п. активности химических соединений (подкласс A61P) для биоцидов, в том числе дезинфектантов, гербицидов, репеллентов или аттрактантов, которые охватываются в первую очередь подклассом A01N и только во вторую – подклассом A01P.

Если рассматривать лекарственную композицию, иммобилизованную на наночителе, то классифицирование такого объекта в соответствии только с одним аспектом, например по составу лекарственной композиции, привело бы к неполной поисковой информации, поэтому классифицирование данного объекта следует проводить по всем аспектам технического объекта: по лекарственной композиции в соответствующих группах подкласса A61K «Лекарства и медикаменты для терапевтических, стоматологиче-



© www.istockphoto.com/vege

ских или гигиенических целей», по терапевтическому эффекту – в подклассе **A61P**, а также по применению нанобъектов в медицине, т. е. в группе **B82Y 5/00** «Нано-биотехнология или нано-медицина, например белковая инженерия или доставка лекарств в заданную точку организма человека».

Ниже приводятся примеры классифицирования патентных документов из различных областей техники, где правильное применение подклассов вторичного классифицирования позволяет повысить эффективность поиска патентных документов в мировых патентных базах данных.

**Пример 1. WO2018026987A1**  
**«Соединения 9-(аминометил)миноциклин**  
**и их использование»**

*Информация об изобретении.* Описаны способы и композиции соединения тетрациклина для лечения бактериальных инфекций. В одном варианте

осуществления изобретение относится к способу лечения субъекта от инфекции и включает введение указанному субъекту эффективного количества 9-[(2,2-диметилпропиламино)метил]аминоциклина или его соли, где 9-[(2,2-диметилпропиламино)метил]аминоциклин вводят перорально в дозе около 450 мг в день в течение двух дней подряд, затем в дозе около 300 мг в день в течение 5 или более дней.

*Анализ и выбор классификационных индексов.* Данное техническое изобретение в базе данных Espacenet проклассифицировано по рубрикам: в соответствии с органическим активным ингредиентом A61K 31/65 «тетрациклины» и химическим соединением, как таковым, C07C 237/26 «...с атомом углерода по меньшей мере одной из карбоксамидных групп, связанных с атомом углерода кольца, входящего в конденсированную циклическую систему, образованную по меньшей мере четырьмя кольцами, например **тетрациклин**». Однако данное техническое решение следует обязательно проклассифициро-



© www.istockphoto.com/artisteer

вать и в соответствии с его терапевтической активностью, как указано в Примечании (5) к подклассу А61К, то есть в соответствии с заявленной в формуле антибактериальной активностью по рубрике А61Р 31/04 «антибактериальные средства». Учитывая Примечание (4) к заголовку подкласса А61Р, рубрики основной классификации А61К 31/65, С07С 273/26 должны стоять первыми, а за ними – рубрики А61Р, т. е. полная классификация указанного объекта следующая: А61К 31/65, С07С 273/26, **А61Р 31/04**.

**Пример 2. WO2017205800A1**  
**«Биопестицидная композиция, используемая для предотвращения или минимизации болезни растений»**

*Информация об изобретении.* Биопестицидная композиция, включающий первый компонент – бактерию, второй – полисахарид и способ обработки растений или их частей. Предпочтительно штаммом бактерии является *Vacillus chitinosporus*. В со-

ответствии с его терапевтической активностью, как указано в Примечании (5) к подклассу А61К, то есть в соответствии с заявленной в формуле антибактериальной активностью по рубрике А61Р 31/04 «антибактериальные средства». Учитывая Примечание (4) к заголовку подкласса А61Р, рубрики основной классификации А61К 31/65, С07С 273/26 должны стоять первыми, а за ними – рубрики А61Р, т. е. полная классификация указанного объекта следующая: А61К 31/65, С07С 273/26, **А61Р 31/04**.

*Анализ и выбор классификационных индексов.* Данное техническое изобретение в базе данных Espacenet проклассифицировано следующим образом: в соответствии с химической формулой полисахарида А01N 43/16 «...биоциды, репелленты или аттрактанты, или регуляторы роста растений, содержащие гетероциклические соединения, содержащие шестичленные кольца с кислородом в качестве гетероатома»; в соответствии с биоцидом, производимым микроорганизмом по рубрике А01N 63/00 «Биоциды, репелленты или аттрактанты...»; в соответствии с применением данного биоцида для уничтожения растительоядных нематод А01P 5/00 «Нематоциды». Принимая во внимание вышесказанное, полная классификация данного объекта изобретения должна быть: А01N 43/16, А01N 63/00, **А01P 5/00**.

**Пример 3. MX2017012577**  
**«Косметическая композиция**  
**с антиоксидантным действием на основе**  
**растительного масла семян опунции**  
**и кармина кошенили»**

*Информация об изобретении.* Настоящее изобретение относится к разработке губной помады с антиоксидантным действием, которое обеспечивается двумя основными природными компонентами, а именно: маслом семян опунции и натуральным красителем, полученным из кошенили. Эта помада наносится непосредственно на губы. Преимущества настоящего изобретения состоят в том, что губы сохраняют свежесть благодаря антиоксидантным свойствам, обусловленным входящими в состав композиции компонентами, а также обеспечивается стойкость цвета губ благодаря свойствам используемого натурального красителя.

*Анализ и выбор классификационных индексов.* Данное техническое решение в базе данных Espacenet проклассифицировано по рубрикам: А61К 8/02 «препараты, характеризующиеся особой физической формой», далее, в соответствии с применяемым растительным маслом семян опунции, по рубрикам А61К 8/92 «.. масла, жиры или воски; ...», затем, в зависимости от их природы, по рубрикам А61К 8/97 «...растительного происхождения, например растительные экстракты». Данное техническое решение следует обязательно проклассифицировать в соответствии с использованием косметического средства А61Q 1/06 «...средства, содержащие краситель для губ, губная помада» и, с учетом антиоксидантных свойств данного косметического средства, А61Q 19/08 «средства против старения». Таким образом, полная классификация данного технического объекта, должна быть следующей: А61К 8/02, А61К 8/92, А61К 8/97, **А61Q 1/06** и **А61Q 19/08**.

**Пример 4. BR112016024706**  
**«Способ получения металлокерамического**  
**или цементированного карбидного порошка»**

*Информация об изобретении.* В настоящем изобретении раскрывается способ получения порошка из плотных гранулированных карбидных или металлокерамических гранул сферической формы и по-

рошок, полученный этим способом, а также использование этого порошка в аддитивном производстве методом струйной 3D-печати. Кроме того, в изобретении раскрывается процесс горячего изостатического прессования (ГИП) для изготовления продукта с использованием указанного порошка.

*Подобное классифицирование дает значительный выигрыш при автоматизированном поиске информации с использованием комбинации классификационных индексов, позволяет сделать поиск более специфичным*

*Анализ и выбор классификационных индексов.* Данное техническое решение в базе данных Espacenet проклассифицировано по рубрикам: В22F1/00 «специальная обработка металлических порошков», В22F3/12 «способы и устройства для изготовления заготовок уплотнением и спеканием», В22F 3/15 «методом горячего изостатического прессования», С22С 29/08 «сплавы на основе карбидов вольфрама». По мнению специалистов в области МПК, классификация данного изобретения должна быть дополнена рубриками для способов аддитивного формования: **В33У 10/00**, **В33У 40/00**, **В33У 70/00** (Табл.4).

### Выводы

Схемы обязательного вторичного классифицирования используются для обязательного дополнительного классифицирования в соответствии с другим аспектом тематики, уже проклассифицированной по рубриками обязательной классификации в соответствующих местах МПК. Эти подклассы очень полезны для многоаспектного классифицирования изобретений, которое используется, когда объект характеризуется несколькими аспектами.

Подразделения МПК, где требуется вторичное классифицирование, содержат специальные примечания, которые указывают на необходимость обязательного классифицирования в соответствии с обозначенными аспектами.

Таким образом, можно заключить, что данный вид подразделений, охватываемый пятью подклассами МПК А01Р, А61Р, А61Q, В33У и В82У, основывается на трех признаках, так или иначе оговоренных в примечаниях к этим подразделениям, а именно:

- обеспечение полноты поиска;
- обязательность простановки всех относящихся к объекту изобретения групп этих подклассов;
- вторичность использования групп этих подклассов, т. е. они никогда не проставляются на патентных документах первыми.

Подобное классифицирование дает значительный выигрыш при автоматизированном поиске информации с использованием комбинации классификационных индексов, позволяет сделать поиск более специфичным, т. е. сузить область поиска, сократить время поиска релевантных документов при одновременном повышении степени релевантности найденных документов. ■

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Международная патентная классификация (МПК) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.wipo.int/classifications/ipc> (дата обращения 08.11.2019).
2. Guide to the International Patent Classification. Version 2019 [Электронный ресурс] // URL: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_guide\\_ipc\\_2019.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_guide_ipc_2019.pdf) (дата обращения 08.11.2019).
3. Руководство к МПК [Электронный ресурс] // URL: <https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/klassifikatory/mezhdunarodnaya-patentnaya-klassifikatsiya/rukovodstvo-k-mpk-.php> (дата обращения 08.11.2019).
4. База данных Espacenet [Электронный ресурс] // URL: <https://worldwide.espacenet.com> (дата обращения 08.11.2019).



## Дорогие читатели! Не забудьте оформить подписку!

Как и прежде, существует два основных способа подписаться на журналы «Интеллектуальная собственность»:

- 1 Через каталоги агентств-распространителей (оформление в почтовых отделениях связи)
- 2 Напрямую через Редакцию, чьим трудом создаются журналы (выставление счета)

Средняя цена годовой подписки на момент 2018 года колебалась от отпускной цены Редакции до 18 000 рублей (корпоративная подписка через некоторые агентства).

**Сегодня ситуация в корне изменилась:**

# Сэкономьте до 40% Как?

**Оформите сегодня подписку на 2020 год (12 номеров)  
по отпускной цене редакции:**

**12 600 руб.**  
(традиционная версия)

**10 200 руб.**  
(электронная версия в PDF)

Теперь осталось принять присущее вам рациональное решение. Вы можете оформить подписку уже сейчас! Присоединяйтесь к сообществу ведущих специалистов в области интеллектуальной собственности!

К тому же сейчас есть отличный повод сэкономить деньги вашей организации!

Просто переверните страницу и передайте этот счет вашему главному бухгалтеру!

**Это самый удобный и экономичный способ подписки, который существует на данный момент.**

Также вы можете за считанные минуты скачать любые номера изданий «Ис» в нашем интернет-магазине на сайте [www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru), оплачивая любым удобным для вас способом, в том числе – пластиковой картой.

**счет на подписку  
на оборотной стороне** →



ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ  
**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ  
СОБСТВЕННОСТЬ**



**Адрес редакции (офис)**

г. Москва, Раушская наб., 4, офис 416

**Почтовый адрес редакции**

115035, г. Москва, а/я 66

Тел.: +7 (495) 959-33-24, +7 (499) 238-93-07

Тел./факс: +7 (495) 959-33-24, +7 (499) 230-18-05

pravo@superpressa.ru | www.superpressa.ru

Почтовый адрес: 115035, Москва г, А/Я 66

ПАО СБЕРБАНК г. МОСКВА	БИК	044525225
Банк получателя	Сч. №	30101810400000000225
ИНН 7705044507	КПП 770501001	Сч. № 40702810438300103205
ООО "Издательский Дом "ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ"		
Получатель		

### Счет на оплату № 148/Ж от 01.01.2020 г.

ИНН 7705044507, КПП 770501001, ООО "Издательский Дом "ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ  
СОБСТВЕННОСТЬ", 115035, Москва г, Раушская наб, дом № 4, тел.: 8 (495) 959-33-24, 8 (499) 238-93-07,  
8 (499) 230-18-05, факс: 8 (495) 959-33-24, 8 (499) 238-93-07, 8 (499) 230-18-05

Покупатель:

№	Товар	Кол-во	Ед.	Цена	Сумма
1	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 1, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
2	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 2, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
3	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 3, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
4	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 4, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
5	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 5, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
6	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 6, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
7	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 7, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
8	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 8, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
9	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 9, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
10	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 10, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
11	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 11, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
12	Ж-л "Интеллект. собст. Пром. собственность" № 12, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00

Итого: **12 600,00**

Всего наименований 12, на сумму 12 600,00 руб.

НДС не облагается

Двенадцать тысяч шестьсот рублей 00 копеек

Просьба при оплате счета в платежном поручении указывать адрес доставки.

Руководитель

Терентьева Е. Г.

Бухгалтер

Богатова Е. Г.



Для оплаты подписки просто вырежьте счет и передайте вашему бухгалтеру.

Также вы можете подписаться на электронную версию журнала и скачивать номера в нашем интернет-магазине на сайте [www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru), оплачивая любым удобным для вас способом, в том числе – пластиковой картой.

Стоимость подписки:  
**10 200 руб.**  
(электронная версия в PDF)

# Актуализация ГОСТ Р 15.011-96 «СРПП. Патентные исследования. Содержание и порядок проведения»

**В. Шведова**

(г. Москва)

shvedova39@mail.ru



**Ф. Иванов**

(г. Санкт-Петербург)

fedorivanovspb@gmail.com



**В статье В.В. Шведовой, к.т.н., доцента Российской государственной академии интеллектуальной собственности, и Ф.С. Иванова, специалиста отдела правовой охраны изобретений и полезных моделей патентно-правовой фирмы «НЕВА-ПАТЕНТ», рассмотрен вопрос актуализации ГОСТ Р 15.011-96 «СРПП. Патентные исследования. Содержание и порядок проведения», приведен анализ положений действующей редакции и предложения авторов по модификации его разделов и приложений. Особое внимание авторы уделили обеспечению единства терминологии, конкретизации задач (видов) патентных исследований, исключению устаревших фрагментов, сохранению актуальных и полезных положений.**

**The article by V. Shvedova (Ph. D. in Engineering), assistant professor at the Russian State Academy for Intellectual Property, and F. Ivanova, expert at invention and utility model protection department of NEVA-PATENT law firm, studies the issue of actualizing GOST R 15.011-96 (Russian state standard for patenting research), analyzing its current version and proposing amendments. The authors pay special attention to unification of terminology, improving the wording of patenting research goals, cutting out outdated sections and keeping relevant and useful parts.**

*Ключевые слова:*

патентные исследования, ГОСТ Р 15.011-96, нормативно-правовая база, актуализация.

*Keywords:*

patenting research, GOST R 15.011-96, legal base, actualization.

В Российской Федерации и во всех наиболее развитых с технологической точки зрения странах признается важность и актуальность проведения патентных исследований (ПИ). Огромное количество отечественных и зарубежных компаний используют патентные исследования в своей научно-технической и коммерческой деятельности: исследование технического уровня, тенденций развития, охраноспособности, патентной чистоты (за рубежом – Freedom to operate).

В настоящее время основным документом, регламентирующим проведение ПИ, является ГОСТ 15.011-96 «Система разработки и постановки продукции на производство (СРПП). Патентные исследования. Содержание и порядок проведения» [1] (ГОСТ), который был разработан в 1996 году.

Цель стандартизации – унификация. Следовательно, ГОСТ Р 15.011-96 должен устанавливать единые требования к организации, проведению и оформлению патентных исследований. Он должен распространяться на деятельность хозяйствующих субъектов вне зависимости от их формы собственности. Указанный ГОСТ сохраняет свою актуальность, но требует актуализации. Автор данной статьи В.В. Шведова не раз поднимала вопрос о необходимости совершенствования нормативно-правовой базы ПИ в более ранних работах [2, 3, 4].

Не может не радовать инициатива коллег из Всероссийского научно-исследовательского института оптико-физических измерений (ВНИИОФИ) и компании «АРС-патент» о переработке вышеприведенного ГОСТ с целью его соответствия современным реалиям<sup>1</sup>. Хотелось бы отметить, что существующий ГОСТ содержит достаточно важные положения, исключение которых может привести к утрате мето-

дологических основ проведения ПИ. В связи с этим авторами статьи предлагается наиболее оптимальный, по их мнению, проект модифицированного ГОСТ, а также некоторые комментарии к основным тезисам, предлагаемым коллегами.

Специалисты из ВНИИОФИ и компании «АРС-патент» озвучили следующие предложения по актуализации ГОСТ:

- конкретизация типов патентных исследований;
- приведение общих характеристик содержания ПИ с учетом объекта исследований;
- конкретизация соответствующих этапов разработки;
- конкретизация содержания исходных материалов и характера заключительной части;
- приведение рекомендаций по объему используемых при анализе ресурсов;
- обеспечение корреляции новой редакции ГОСТ с актуальными российскими и международными нормативными актами (в первую очередь, с четвертой частью ГК РФ);
- четкое разграничение обязательной и дополнительной частей отчета, дополнение ГОСТ примерами и визуализацией ключевых моментов;
- обеспечение возможности представления обобщенного (в том числе посредством визуализации без перечисления конкретных номеров патентов) отчета с указанием стратегии поиска;
- сокращение таблиц приложений до необходимого и достаточного смыслового минимума;
- упоминание возможности электронного документооборота;
- исключение маркетинговой части из содержания патентных исследований.

Авторы статьи не могут согласиться со всеми вышеприведенными предложениями. Так, коллеги из ВНИИОФИ

<sup>1</sup> АРС-патент. Информационная площадка по актуализации ГОСТ Р 15.011-96 «Патентные исследования. Содержание и порядок проведения» [Электронный ресурс] // URL: <https://ars-patent.ru/gost-r-15-011> (дата обращения 06.12.2019).



© [www.istockphoto.com/DragonImages](http://www.istockphoto.com/DragonImages)

и компании «АРС-патент» предлагают конкретизировать виды ПИ следующим образом: уровень техники; охраноспособность; патентная чистота и прочее (конкурентная разведка, степень защищенности продукции и др.).

Согласно Гражданскому Кодексу Российской Федерации [5] уровень техники – это сведения, ставшие общедоступными в мире до даты приоритета изобретения или полезной модели. Определение уровня техники является обязательным при установлении охраноспособности технического решения.

Определение соответствия технических решений в объекте исследований современному уровню техники и тенденциям его развития отдельно от других видов ПИ является частным случаем. Из любых известных сведений выбирают те, которые могут быть использованы в объекте разработки (модернизации) продукции для улучшения ее технических/тактико-технических/техничко-экономических характеристик (свойств, показателей).

Представляется целесообразным в формулировке термина ПИ сохранить следующие виды (задачи) ПИ: «технический уровень», «тенденции развития объектов» хозяйственной деятельности, их охраноспособности и патентной чистоты.

Кроме того, нежелательно использование нового термина «типы» ПИ. В существующем ГОСТ используются разнообразные выражения: «содержание», «задачи» и «виды» ПИ. Подобное разнообразие словесных формулировок не способствует единообразному пониманию их сути.

Сопоставительный анализ разделов 3, 5 и 6 ГОСТ Р 15.011- 96 привел к выводу об их идентичности по сути и содержанию. Рекомендуется в новой редакции ГОСТ использовать одинаковые формулировки задач (видов) ПИ как в тексте, так и в обязательных формах приложения, а также привести определение главной цели (функции) ПИ – **получение исходных данных для создания конкурентоспособной продукции.**

Приведение в ГОСТ общих характеристик содержания ПИ с учетом объекта исследований нежелательно, так как данные сведения скорее относятся к методическим рекомендациям по проведению патентных исследований. Их включение в ГОСТ делает его громоздким и в будущем приведет к большим сложностям для специалистов при проведении ПИ и сдаче отчетов. То же самое можно сказать о конкретизации соответствующих этапов разработки, содержания исходных материалов и характера заключительной части, а также о приведении рекомендаций по объему используемых при анализе ресурсов и дополнении ГОСТ примерами и визуализацией ключевых моментов. Учитывая многообразие областей техники и обстоятельств проведения ПИ, внесение вышеприведенных дополнений в ГОСТ нецелесообразно.

Стоит подчеркнуть, что п. 4.1 существующего ГОСТ относит ПИ к прикладным научно-исследовательским работам, что подразумевает выбор вида, содержания и объема работы в зависимости от характера объекта, стадии или этапа его жизненного цикла и других исходных данных. Обсуждаемые предложения могут быть актуальны для локальных методических рекомендаций по проведению ПИ в определенной области техники или на определенном предприятии. Данные сведения частично можно найти в уже существующих методических рекомендациях по проведению ПИ [6, 7].

Кроме того, упоминание возможности электронного документооборота не относится к вопросам ПИ, а скорее относится к документационному обеспечению, которое регулируется другими документами, такими как: Государственная система документационного обеспечения управления [8] и Федеральный закон об электронной подписи [9]. На практике электронный документооборот широко применяется при сдаче отчетов о ПИ.

Категорически нельзя согласиться с предложением коллег обеспечить возможность представления объемного (в том числе посредством визуализации без перечисления конкретных номеров патентов) отчета с указанием стратегии поиска. Современные поисковые и аналитические инструменты, в первую очередь коммерческие, дают широкие возможности визуализации результатов ПИ, но без списка ото-

бранных документов, на которых базируется анализ, невозможно оценить качество проведенной работы и правильность выборки документов для анализа. Такое нововведение с большой вероятностью негативно скажется на качестве ПИ, что крайне нежелательно как для исполнителей, так и для заказчиков ПИ. Стоит отметить, что статистические методы анализа пригодны не для всех задач (видов) ПИ [10]. На практике различные виды «патентных карт» используют в аналитической части отчета о ПИ – таблицы, диаграммы, графики, графы, топологические карты и т. п.

Требуется уточнение намерения «исключить маркетинговую часть» из содержания ПИ. ПИ являются важным инструментом обеспечения конкурентоспособности продукции и часто содержат элементы маркетинговых исследований, например, при определении тенденций развития объектов и требований потребителей к продукции данного вида.

Маркетинговые исследования – это система поиска, сбора, обработки данных для решения маркетинговых проблем и обеспечения маркетинговой деятельности на любом ее уровне, которая включает регулярное исследование рынков сбыта собственной продукции, выработку документов о потенциале предприятия, его взаимосвязи с внешней средой – партнерами, потребителями и конкурентами. Маркетинговые исследования включают результаты ПИ, но не ограничиваются только ими.

Авторы статьи согласны с необходимостью обеспечения корреляции новой редакции ГОСТ с актуальными российскими и международными нормативными актами, а также с возможностью сокращения таблиц приложений до необходимого и достаточного смыслового минимума. Стоит отметить, что В. Зимин в своей работе достаточно подробно освещал вопрос несоответствия ГОСТ действующему законодательству [11]. Безусловным представляется использование термина «охраноспособность» вместо термина «патентоспособность» [3, 4].

Кроме того, действующий ГОСТ уже содержит четкое разграничение обязательной и дополнительной (рекомендуемой) частей отчета. Без конкретного варианта новой редакции ГОСТ сложно комментировать данное предложение.

Авторы статьи предлагают рассмотреть возможность внесения ряда изменений в ГОСТ с целью его актуализации.

I. Из раздела 1 – «Область применения» рекомендуется исключить фразу про «использование результатов ПИ» и оставить «...устанавливает единые требования к организации, проведению и оформлению результатов ПИ...», так как ГОСТ не содержит и не должен содержать единых требований к использованию результатов ПИ. Общая цель ПИ – подготовка данных для создания конкурентоспособной продукции, то есть подготовка данных для разработчиков (а также в ряде случаев для менеджеров, маркетологов, лиц, принимающих решения, и т. п.). Рекомендации по использованию результатов ПИ могут быть приведены в отчете добровольно, что не требует упоминания в ГОСТ.

II. В разделе 2 – «Нормативные ссылки» желательно указать ГОСТ 7.32 без года принятия, так как данный документ часто обновляют: на сегодняшний день действует ГОСТ 7.32-2017 в редакции 01.01.2019.

III. Раздел 3 – «Термины, определения и сокращения», по мнению авторов статьи, требует следующих изменений:

1. Из п. 3.1.1 исключить фразу «...(эффективности использования по назначению)...», так как это один из показателей технического уровня продукции. «Конкурентоспособность» и «эффективность использования по назначению» не являются синонимами.

2. Следует подумать и о термине «конкурентоспособность», так как конкурентоспособность определяется многими факторами по довольно большому количеству критериев, в том числе и не связанными с патентными исследованиями. Так, на конкурентоспособность продукта или услуги влияют: научно-технический уровень; соответствие качества продукции требованиям потребителей и законодательным нормам конкретной страны; перспективы рынка; условия сбыта и поставки продукции; наличие патентной чистоты; цена продукции, условия конкуренции и другие.

3. Термин «патентоспособность» заменить на «охраноспособность». В результате ключевое опре-

деление может быть сформулировано следующим образом: «Патентные исследования – исследования технического уровня и тенденций развития объектов хозяйственной деятельности, их охраноспособности, патентной чистоты на основе патентной и другой информации» [7].

4. Из п. 3.1.2 исключить фразу «сама хозяйственная деятельность субъекта». Пункт 3.1.3 сформулировать следующим образом: «Объект хозяйственной деятельности – производимые товары (продукция, продукты), услуги, а также оборотоспособные права на интеллектуальную собственность (интеллектуальные права)» [11].

*Категорически нельзя согласиться с предложением коллег обеспечить возможность представления обезличенного (в том числе посредством визуализации без перечисления конкретных номеров патентов) отчета с указанием стратегии поиска*

Продукт – результат материального или нематериального производства, имеющий целевое значение и качественные свойства, в связи с которыми он может служить предметом потребления.

5. Подпункт 3.1.4 изложить следующим образом: «Хозяйствующие субъекты – юридические лица, а также индивидуальные предприниматели».

6. При этом предлагается исключить из раздела п. 3.1.6 сноски, касающиеся определений «объекты техники» и «участники хозяйственной деятельности».

7. Кроме того, раздел 3, в частности, пункт 3.1, относящийся к терминам и определениям, рекомендуется дополнить определениями терминов «технический уровень», «тенденции развития», «уровень техники», «охраноспособность», «патентная чистота» и др.

Технический уровень – относительная характеристика качества продукции, основанная на сопоставлении совокупности значений показателей технического совершенства оцениваемой продукции и базовых образцов.



© [www.istockphoto.com/Vimvertigo](http://www.istockphoto.com/Vimvertigo)

Свойство продукции – объективная особенность продукции, которая может проявляться при ее создании, эксплуатации или потреблении. Степень проявления каждого свойства или нескольких свойств продукции оценивается с помощью показателей качества.

Тенденция развития объекта – закономерность развития объекта исследования, сложившаяся на определенном временном отрезке. Тенденция характеризуется направлением развития и скоростью, имеет свойство изменяться со временем.

Тренд – аналитическое или графическое представление переменной во времени, полученное в результате выделения регулярной составляющей динамического ряда, является математической моделью прогнозирования.

Прогноз – научно-обоснованное суждение о возможных состояниях объекта прогнозирования в будущем и / или об альтернативных путях и сроках их осуществления.

Прогноз в системе управления – предплановая разработка многовариантных моделей развития объекта управления.

Научно-технический прогноз – прогноз, объектом которого являются проблемы и процессы развития науки и техники.

Уровень техники – научно-технические достижения (средства), накопленные человечеством, имеющие отношение к объекту исследования, которые могут быть использованы для улучшения его технических/технико-экономических/тактико-технических и других показателей (свойств).

Охраноспособность – соответствие объекта условиям охраноспособности и возможность получения на него правовой охраны.

Патентная чистота – юридическое свойство объекта, заключающееся в том, что он не нарушает действующих в конкретной стране интеллектуаль-

ных прав, принадлежащих третьим лицам, и может быть свободно реализован на территории данной страны.

Конкурентоспособность – это совокупность характеристик продукта и соответствующих его продаже и потреблению услуг, отличающих его от продуктов-аналогов по степени удовлетворения потребностей потребителя, по уровню затрат на его приобретение и эксплуатацию.

IV. Раздел 4 – «Общие положения» требует незначительных корректировок.

1. В пункт 4.1 внести формулировку основной цели (главной полезной функции) ПИ. В этом случае будут логически обоснованы пункты 4.2 и 4.3.

В настоящее время упомянутые в пунктах 4.2 и 4.3 специалисты довольно часто полностью переключают эту работу на патентных работников. Патентоведы должны оказывать специалистам методическую помощь и выполнять специфические виды работ. Некоторые из таких работ частично перечислены в пункте 4.8.

2. В пункте 4.8 рекомендуется сократить описание некоторых документов, в частности, некоторые определения можно изложить следующим образом: «– документации, связанной с обеспечением охраны созданных результатов интеллектуальной деятельности», «– документации, необходимой для использования опыта и знаний других хозяйствующих субъектов, включая зарубежных» и «– документации, связанной с постановкой на производство и реализацией объектов».

3. В пунктах 4.9 и 4.10 вместо понятия «объект техники» использовать понятие «объект хозяйственной деятельности».

V. Авторы статьи также предлагают изменить название раздела 5 – «Содержание патентных исследований» на «Задачи или Виды патентных исследований».

1. Пункт 5.1. рекомендуется изложить следующим образом: «Основными задачами (видами) ПИ являются: исследование технического уровня; исследование тенденций развития; исследование уровня

техники; исследование охранных возможностей; исследование патентной чистоты».

2. Пункт 5.2 рекомендуется изложить следующим образом: «Конкретные виды патентных исследований определяют в зависимости от характера проводимой работы, стадий жизненного цикла и этапов работ на стадиях жизненного цикла объекта, а также в зависимости от потребностей хозяйствующего субъекта».

VI. Раздел 6 «Порядок проведения патентных исследований» также требует некоторых корректировок.

1. Пункт 6.1. рекомендуется изложить следующим образом: «Порядок выполнения патентных исследований включает:

- определение задач (видов) исследований, исполнителей, сроков выполнения патентных исследований и разработку задания на проведение патентных исследований;
- определение требований к поиску патентной и другой информации, разработку регламента поиска;
- поиск и отбор патентной и другой информации в соответствии с утвержденным регламентом, а также оформление отчета о поиске;
- систематизацию и анализ отобранной информации;
- оформление результатов исследований в виде отчета о патентных исследованиях».

2. Пункт 6.2. изложить следующим образом: «6.2 Задание на проведение патентных исследований разрабатывают применительно к работе в целом и (или) отдельному ее этапу по приложению А.

В задание включают:

- наименование и шифр работы (НИР или ОКР), при необходимости этап работы, срок выполнения работы или этапа, а также конкретные задачи (виды) патентных исследований;
- календарный план, определяющий конкретные задачи (виды) патентных исследований, сроки их выполнения, исполнителей, в том числе привлекаемых к проведению патентных исследований сторонних организаций, а также отчетные документы, которые должны быть подготовлены».

3. Пункт 6.3 дополнить предложением: **«Исполнитель согласовывает задание с Заказчиком НИР**



© [www.istockphoto.com/SeventyFour](http://www.istockphoto.com/SeventyFour)

**или ОКР в течение 30 дней с начала выполнения соответствующей работы».**

Необходимость данного требования вытекает из главной цели ПИ – подготовки данных для создания конкурентоспособной продукции. На практике довольно часто отчет о ПИ оформляют после завершения НИОКТР, когда ПИ уже не могут повлиять на их результаты.

4. Добавить пункт 6.6: «Анализ отобранной информации приводят в аналитической части отчета о патентных исследованиях, при этом выводы сопровождаются логическими, математическими, графическими доказательствами».

VII. Раздел 7 «Построение, изложение и оформление отчета о патентных исследованиях» также требует некоторых корректировок.

1. Пункт 7.1 рекомендуется изложить в следующей редакции: «Построение, изложение и оформление

отчета о патентных исследованиях – по ГОСТ 7.32 с особенностями, изложенными в пунктах 7.2-7.4 настоящего ГОСТ».

2. Пункт 7.2 дополнить фразами: «По ГОСТ 7.32 оформляются:

- титульный лист;
- список исполнителей;
- содержание;
- перечень сокращений, условных обозначений, символов, единиц, терминов.

По ГОСТ Р 15-011 оформляются:

- общие данные;
- аналитическая часть;
- заключение;
- приложения».

3. Подпункт 7.2.2 изложить следующим образом: «Аналитическая часть отчета о патентных исследованиях в общем случае включает разделы: исследование технического уровня; определение тенденций развития; анализ уровня техники; оценка охраноспособности; исследование патентной чистоты; другие разделы в зависимости от характера работы и целей хозяйствующих субъектов».

4. Подпункт 7.2.2.1 изложить в следующей редакции: «Включение конкретных разделов в аналитическую часть отчета о патентных исследованиях определяется заданием на проведение патентных исследований».

5. Подпункт 7.2.2.2 рекомендуется изложить следующим образом: «Каждый раздел аналитической части отчета может содержать:

- анализ и обобщение информации;
- обоснование оптимальных путей достижения конечного результата данной работы (ее этапа), например, выполнение НИР и ОКР или конкретных действий предприятия (организации);
- оценку соответствия завершённых патентных исследований заданию на их проведение, достоверности их результатов, степени решения поставленных перед патентными исследованиями задач, обоснование необходимости проведения дополнительных патентных исследований. При необходимости разделы аналитической части отчета иллюстрируют таблицами, расчётами, в том числе приведенными в приложении Д».

6. Подпункт 7.2.3 желательно сформулировать в таком виде: «В заключении в общем случае приводят обобщенные выводы по результатам проведенных патентных исследований».

7. В пункт 7.3 добавить фразу: «при необходимости описания изобретений, аннотации документов и другие справочные материалы, отобранные при проведении поиска».

8. По мнению авторов статьи, приложение А (форма задания на проведение патентных исследований), в отличие от остальных приложений, требует только единообразия терминов – или задачи, или виды ПИ.

9. В приложении Б (форма регламента поиска) рекомендуется заменить фразу «Цель поиска информации (в зависимости от задач патентных исследований, указанных в задании)» на «Задачи (Виды) патентных исследований». Кроме того, в таблице приложения Б столбец, в котором приводят перечисления классификационных рубрик, желательно дополнить аббревиатурой «СПК» и ее расшифровкой.

10. В таблице В.6.1 приложения В желательно дополнить столбец 4: «технический результат», «цель». Кроме того, желательно привести дополнительную сноску: «допускается сокращенное заполнение таблицы В.6.1, например, указание только номера охранного документа с двухбуквенным кодом страны, классификационного индекса/индексов, наименования заявителя (правообладателя), наиболее ранней даты приоритета». Название охраняемого РИД приводить на оригинальном языке и на русском. Русский язык является государственным языком РФ, оригинальное название поможет избежать ошибок при поиске документа в иностранных базах данных.

11. В таблице В.6.3 целесообразно убрать из столбца 3 перечисление запрашиваемых документов в скобках, перенести его в примечание со звездочкой, добавить «и другие».

12. Таблицы В.6.4, В.6.5 и В.6.6 предлагается исключить из ГОСТ полностью, так как они относятся к этапу систематизации отобранной информации, в ходе которого данные об изобретательской активности

и географии патентования могут быть получены различными способами, в том числе с помощью программных средств.

13. Приложение Г исключить полностью. Обоснование приведено в более ранней работе автора статьи В.В. Шведовой [2].

14. В приложении Д ниже таблицы Д.1.1 «Показатели технического уровня объекта техники» рекомендуется убрать существующую сноску и заменить ее на перечисление некоторых групп показателей технического уровня и качества продукции: «показатели назначения (функциональные показатели, показатели технической эффективности, например, вес, габариты, скорость, точность измерения, чистота вещества и т. п.); показатели надежности, экономного использования ресурсов, безопасности, экологические, эргономические и другие показатели, по которым судят о техническом совершенстве и качестве продукции».

15. Также предлагается изменить название раздела Д.2 на «Правовая охрана созданных РИД».

Раздел может содержать два подраздела: «Д.2.1 Оценка потенциальной охраноспособности вновь созданных РИД» и «Д.2.2 Правовая охрана РИД (при наличии на момент оформления отчета о ПИ)». Оба подраздела могут быть представлены в табличной или текстовой форме.

16. Из таблицы Д.3.1.1 раздела Д.3 рекомендуется исключить столбцы 4 и 5, включающие информацию об источниках известности. Из таблицы Д.3.1.2 желательно исключить столбец 6, описывающий выводы по пункту формулы. Кроме того, предлагается полностью отказаться от таблиц Д.3.1.3, а также от пунктов Д.3.2 и Д.3.3. Указанную в них информацию можно изложить произвольно в выводах и заключении. Кроме того, предлагается исключить форму Д4. В случае решения данной задачи результат может быть изложен в произвольной форме.

Авторы статьи считают, что предложенные изменения обеспечат более четкое определение задач (видов) патентных исследований, единство терминологии, а также сокращение утративших актуальность фрагментов ГОСТ. ■

## ЛИТЕРАТУРА:

1. ГОСТ Р 15.011-96 Система разработки и постановки продукции на производство (СРПП). Патентные исследования. Содержание и порядок проведения // URL: <http://docs.cntd.ru/document/5200264> (дата обращения 06.12.2019).
2. Шведова В.В. Альбом форм для отчета о патентных исследованиях с пояснениями и методическими рекомендациями, 2-е изд. – М.: Издательство «ОнтоПринт», 2019.
3. Шведова В.В. Нормативно-правовая база патентных исследований // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2014. – № 1.
4. Шведова В.В., Китайский В.Е. Роль патентно-правовых показателей объектов хозяйственной деятельности в обеспечении их конкурентоспособности // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. – № 8.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4).
6. Скорняков Э.П., Горбунова М.Э. Теория и практика патентных исследований. – М.: ИНИЦ «ПАТЕНТ», 2014. – 207 с.
7. В.В. Шведова. Характерные ошибки при проведении патентных исследований. Практическое пособие. – М.: ИНИЦ «Патент», 2012. – 94 с.
8. «Государственная система документационного обеспечения управления. Основные положения. Общие требования к документам и службам документационного обеспечения» (одобрена коллегией Главархива СССР 27.04.1988, Приказ Главархива СССР от 25.05.1988 № 33) (вместе с «Правилами заполнения основных реквизитов регистрационно-контрольных форм (РКФ)», «Примерным положением о службе документационного обеспечения управления»).
9. Федеральный закон «Об электронной подписи» от 06.04.2011 № 63-ФЗ (последняя редакция).
10. Шведова В.В. Патентные ландшафты в системе патентных исследований // Изобретательство. – 2017. – № 11.
11. Зимин В. Терминологический раздел ГОСТ Р 15.011-96 – противоречия с действующим законодательством // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2012. – № 4. – С. 43.
12. Шведова В.В. Исследование технического уровня объектов хозяйственной деятельности // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. – № 6.

# Роль конкурентной разведки в процессе коммерциализации объектов интеллектуальной собственности



**И. Гвоздецкая**  
(г. Саранск)  
1770248@mail.ru



**С. Майкова**  
(г. Саранск)  
maikova\_s@rambler.ru



**Д. Окунев**  
(г. Саранск)  
okunev\_d@mail.ru

В процессе коммерциализации объектов интеллектуальной собственности особое значение приобретает информация, которая обеспечивает снижение уровня неопределенности и прогнозирования риска на каждом из этапов этого процесса. Прогнозирование вариантов развития событий на определенном рынке, оценка поведения отдельных субъектов хозяйствования, формирование представления о существующих взаимосвязях и текущих тенденциях обеспечивает конкурентная разведка. Специалисты Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарева – к.э.н., доцент И.В. Гвоздецкая, к.э.н., доцент С.Э. Майкова и к.э.н., проректор по экономике, доцент Д.В. Окунев в своей статье показывают возможности использования инструментов конкурентной разведки в процессе коммерциализации интеллектуальной собственности для обеспечения экономической и информационной безопасности создаваемого на основе объектов интеллектуальной собственности бизнеса. По мнению авторов, комплексное использование инструментов конкурентной разведки обеспечит вывод на рынок востребованных потребителями объектов интеллектуальной собственности, повысит эффективность научно-исследовательской и инновационной деятельности, интегрирует потребности промышленного и возможности научно-исследовательского секторов экономики.

*Ключевые слова:*

*конкуренция, конкурентная разведка, объект интеллектуальной собственности, экономическая безопасность бизнеса, капитализация, коммерциализация.*

В настоящее время одной из серьезных проблем эффективности процессов коммерциализации инноваций является высокая доля объектов интеллектуальной собственности (ОИС), невостребованных производственным сектором экономики страны. Главной причиной этого является отсутствие вза-

Information that can help decrease uncertainty and forecast risks in the process of monetization of intellectual property objects is becoming increasingly important. Competition research and intelligence provide valuable data to forecast the possible scenarios in the market, to evaluate the behavior of economic agents and to understand the current trends and links between them. The publication by experts from the Mordovia State University – I. Gvozdetskaya (Ph. D. in Economics), assistant professor, S. Maikova (Ph. D. in Economics), assistant professor, and D. Okunev (Ph. D. in Economics), deputy dean for Economics – shows the opportunities that competition research can provide for monetization of intellectual property in order to secure economic and information security of the business based on intellectual property. The team argues that a comprehensive use of competition research tools can help businesses put to the market the objects of intellectual property that would be most demanded by consumers, improve the efficiency of related research, and match the potential of research and the needs of industry.

*Keywords:*

*competition, competition research, object of intellectual property, economic security of business, capitalization, monetization.*

имосвязи между потребностями промышленного производства и результатами интеллектуальной деятельности, а также незнание конкурентной ситуации на рынке. В этой связи актуальность использования инструментария конкурентной разведки в процессе коммерциализации ОИС возрастает.



© [www.istockphoto.com/fizkes](http://www.istockphoto.com/fizkes)

Выделенная проблема требует дополнительного исследования, которое будет направлено на оценку возможности использования инструментов конкурентной разведки в процессе коммерциализации ОИС, созданных в университете, а также степени эффективности применяемого инструментария.

Теоретические и методические подходы к исследованию инструментария конкурентной разведки представлены в работах Б. Джилад, М.В. Малаховской, С.Ю. Махова, Л.М. Михалиной, И.Ю. Нежданова, Е.Л. Ющука, Д.В. Иванова, Д.А. Купцова [1–6].

Конкурентную разведку можно определить как особый вид деятельности, направленный на информационное обеспечение управления хозяйствующим субъектом и повышение его конкурентоспособности.

Конкурентная разведка как особый вид деятельности по обеспечению экономической и информационной безопасности организации (предприятия) предполагает:

- работу с информацией, ее поиском, обработкой и т. д.;
- выявление наличия (отсутствия) у фирмы конкурентных преимуществ;
- информационное обеспечение принятия управленческих решений [7].

Конкурентная разведка – это комплекс методов и приемов работы, направленных на сбор и обработку данных из различных источников с целью информационной поддержки разработки управленческих решений, применяемых в рамках закона и с соблюдением этических норм.

Поэтому в процессе принятия решений о коммерциализации ОИС конкурентная разведка способствует реализации следующей системы целей:

- снижение эффекта неопределенности при принятии решений;

- выявление потенциальных рисков и угроз;
- выявление возможностей промышленного освоения, отработки технологии и создания бизнеса на основе ОИС;
- выявление попыток доступа к конфиденциальной информации или проявления недружественного интереса.

*В целом применение методологии конкурентной разведки ведет к снижению рисков и неопределенности, выступающих со стороны рыночного спроса и предложения*

Применение инструментария конкурентной разведки в процессах коммерциализации ОИС позволяет повысить их эффективность за счет получения знаний о свободных рыночных сегментах, рыночных потребностях и целесообразности создания нового бизнеса, сильных и слабых сторонах потенциальных конкурентов, прогнозировании действий поставщиков и конкурентов, потенциальных источниках утечки конфиденциальной информации.

В целом применение методологии конкурентной разведки ведет к снижению рисков и неопределенности, выступающих со стороны рыночного спроса и предложения.

Категориальный анализ понятия ОИС насчитывает большое количество их определений и трактовок.

По мнению ряда ведущих ученых в области экономики, менеджмента и маркетинга, объекты интеллектуальной собственности определяют как интеллектуальный капитал, которому предоставлена правовая охрана.

Обобщая трактовки ОИС (Э.П. Гаврилов [8], И.А. Блинец, В.И. Мухопад [9]) можно выделить аспекты, характеризующие данное понятие.

Во-первых, объектами права интеллектуальной собственности являются результаты творческой деятельности.

Во-вторых, уникальность ОИС.

В-третьих, для них установлен специальный правовой режим исключительных прав (интеллектуальной собственности).

ОИС – это интеллектуальный капитал, выступающий одним из ведущих стимулов дальнейшего развития и совершенствования научно-исследовательской деятельности организаций.

При этом ключевой задачей является выбор форм включения ОИС в хозяйственный оборот. Существуют две формы использования ОИС – капитализация и коммерциализация.

В большинстве научных работ коммерциализация трактуется как совокупность мероприятий по превращению ОИС в прибыль, а также как привлечение инвестиций, которые через эффект мультипликации стимулируют научно-исследовательскую деятельность в организации.

Понимание коммерциализации ОИС предполагает рассмотрение процесса как сложного и многоэтапного, при котором новые знания обретают потребительские характеристики и реализуются на рынке с целью получения положительного коммерческого эффекта путем формирования спроса и стимулирования сбыта. Более подробное представление моделей коммерциализации ОИС представлено нами ранее [11, 12].

Основное направление деятельности конкурентной разведки – прогнозирование как вариантов развития событий на определенном рынке, так и поведения отдельных субъектов хозяйствования, что предполагает четкое представление о существующих взаимосвязях и текущих тенденциях.

Практическое использование рассматриваемого инструмента обеспечения экономической и информационной безопасности создаваемого на основе ОИС бизнеса способствует решению ряда задач:



© www.istockphoto.com/metamorworks

- предсказание изменений на рынке;
  - прогнозирование действий поставщиков и конкурентов;
  - выявление новых и потенциальных конкурентов;
  - возможность учиться на ошибках других компаний;
  - отслеживание информации, связанной с патентами и лицензиями;
  - оценка целесообразности приобретения нового бизнеса;
  - изучение новых технологий и продуктов, способных повлиять на бизнес;
  - изучение политических, законодательных и иных значимых изменений;
  - взгляд на свой бизнес «со стороны»;
  - превращение слабостей в конкурентные преимущества;
  - выявление потенциальных источников утечки конфиденциальной информации через сотрудников компании;
  - выявление слабостей конкурентов;
  - сбор информации о партнерах и клиентах.
- М. Портер отмечает, что *«эффективный сбор информации требует организованного механизма – своего рода системы конкурентной разведки. Элементы этой системы могут изменяться в зависимости от конкретных нужд организации, в которой она конкурирует, возможностей персонала, интересов и способностей менеджмента»* [13].
- Он определил функции, необходимые для получения данных для анализа, и некоторые варианты осуществления этих функций (Рис. 1).

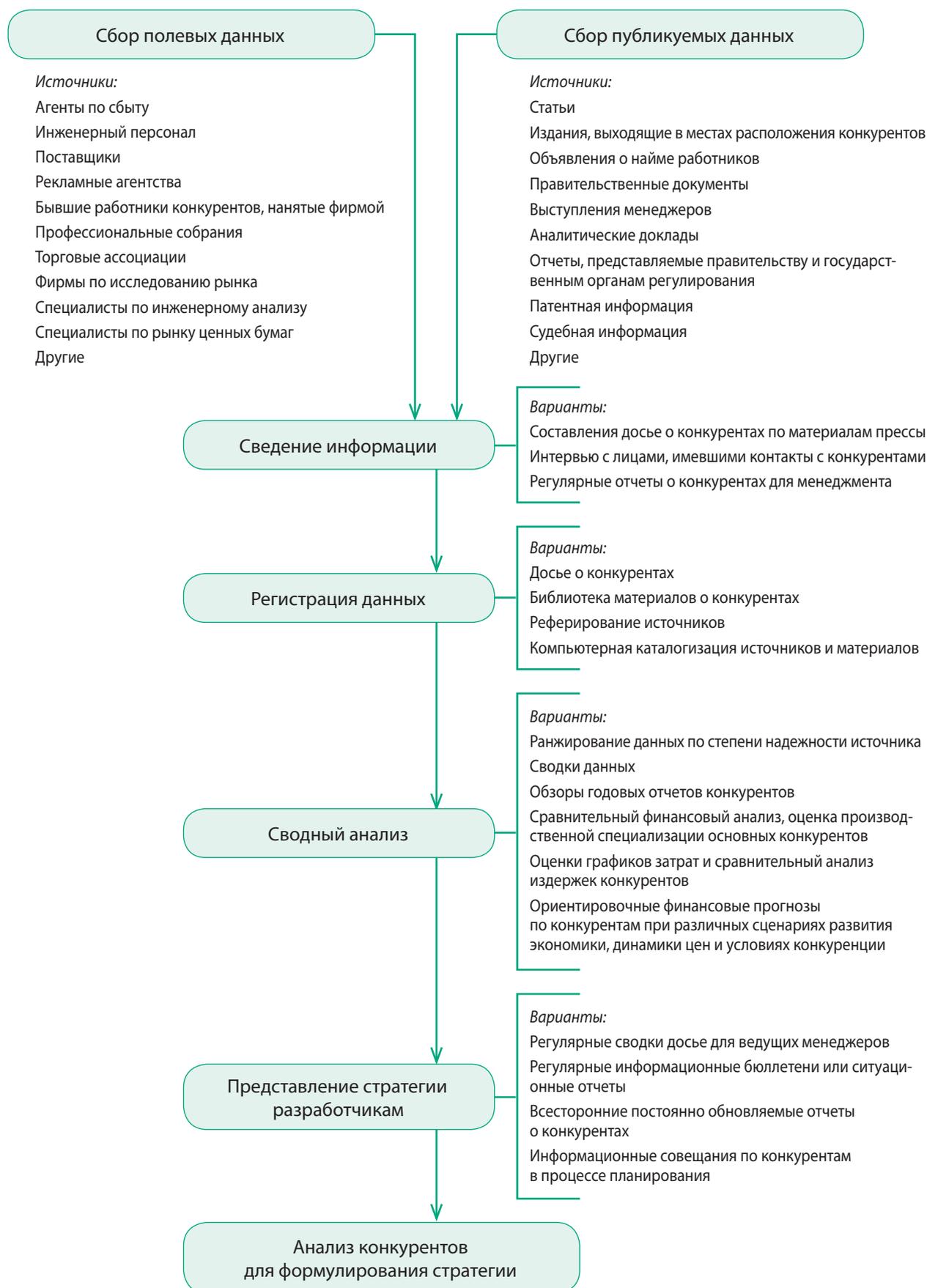


Рис.1. Функции системы конкурентной информации по М. Портеру

Основными инструментами конкурентной разведки, применяемыми на различных этапах процесса коммерциализации ОИС, будут следующие (Рис. 2).

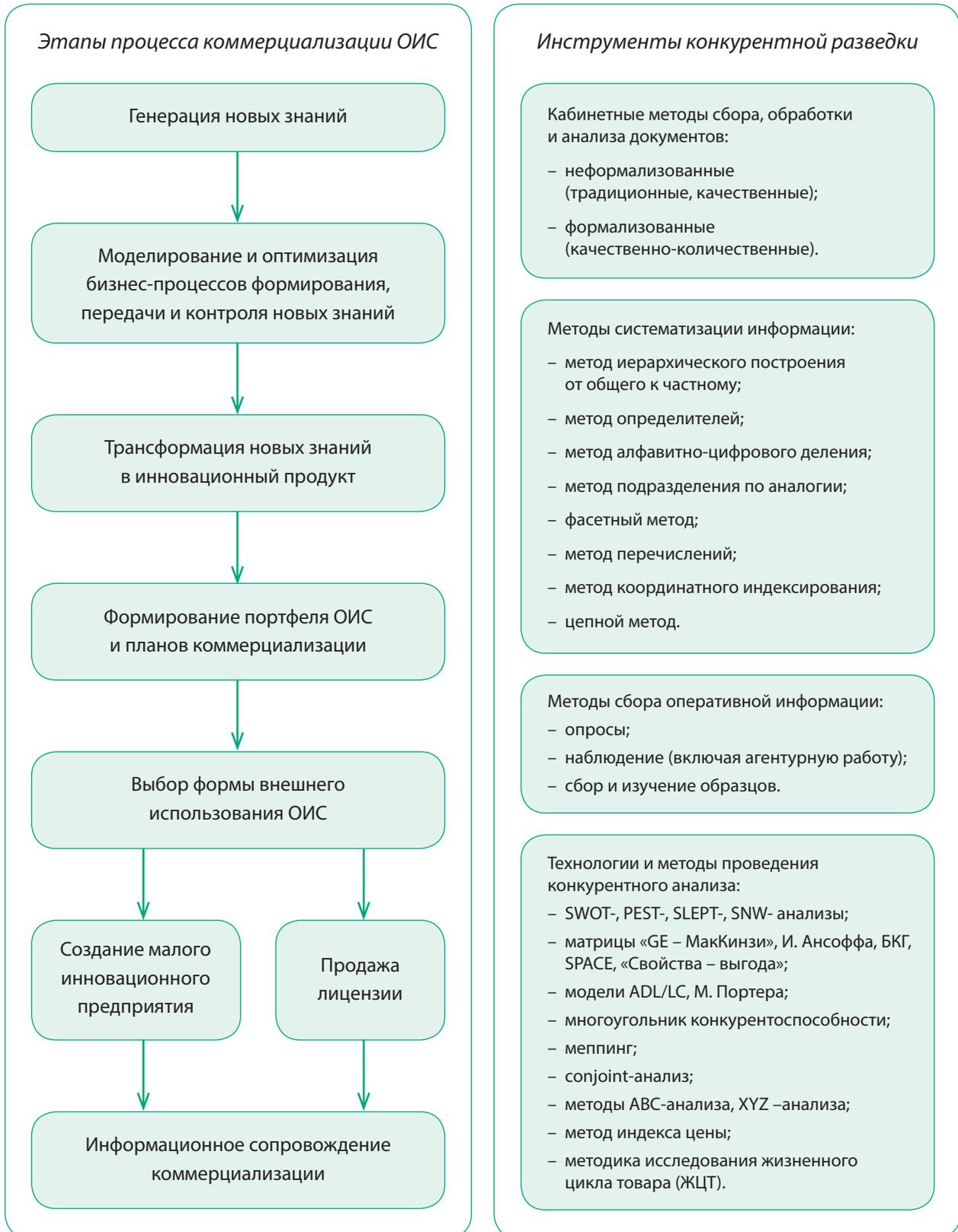


Рис. 2. Инструменты конкурентной разведки, применяемые в процессе коммерциализации ОИС

Реализация комплекса инструментария конкурентной разведки обеспечит вывод на рынок востребованных потребителями ОИС, повысит эффективность научно-исследовательской и инновационной дея-

тельности организаций, интегрирует потребности промышленного и возможности научно-исследовательского секторов экономики, что в конечном итоге обеспечит построение инновационной экономики. ■

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Джилад Б. Конкурентная разведка. Как распознавать внешние риски и управлять ситуацией. – СПб.: Питер, 2010. – 320 с.
2. Малаховская М. В. Конкурентная разведка: учеб. пособие. – СПб.: ИЦ «Интермедия», 2016. – 120 с.
3. Махов С.Ю. Конкурентная разведка в бизнесе. Дополнительная профессиональная программа. – М.: МОО «Межрегиональная общественная организация „Академия безопасности и выживания“», 2018.
4. Михалина Л. М. Конкурентная разведка: учеб. пособие. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2017. – 121 с.
5. Нежданнов И. Ю. Технологии разведки для бизнеса. – М.: Ось-89, 2014. – 400 с.
6. Конкурентная разведка: учеб. пособие : [в 2 ч.] / под ред. Е. Л. Ющука, А. А. Мальцева; [авт. кол.: Е. Л. Ющук, Д. В. Иванов, Д. А. Купцов и др.]. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – Ч. 1, 2.
7. Гвоздецкая И., Майкова С., Окунев Д. Экономическая независимость и безопасность организации: современная модель оценки интеллектуальных ресурсов // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. – № 11. С. 45–54.
8. Гаврилов Э.П. Право интеллектуальной собственности Российской Федерации: законодательство и доктрина // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2018. – № 8. – С. 14–20.
9. Мухопад В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности. – М.: ИНФРА-М, 2015. – С. 512.
10. Право интеллектуальной стоимости. Учебник под редакцией д. юрид. наук И.А. Близнеца. – М.: Проспект, 2010.
11. Гвоздецкая И., Майкова С., Окунев Д. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности в вузе: модель ее маркетингового обеспечения // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2016. – № 4. – С. 59–67.
12. Gvozdetskaya I.V., Golovushkin I.A., Maykova S.E., Okunev D.V. System analysis of marketing tools for commercialization of intellectual property items at a national research university // Indian Journal of Science and Technology. 2016. T. 9. № 12. С. 89527.
13. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. 6-е изд. – М.: Альпина Пабlishер, 2016. – С. 114.

# Особенности регистрации товарных знаков, используемых предприятиями сферы ритейла

С. Грант

(г. Москва)

grantsk@mail.ru



В статье С.К. Грант, к.т.н., патентного поверенного РФ, рассмотрены особенности процедуры выбора обозначений для идентификации товаров, используемых в сфере ритейла. Проанализированы наиболее часто встречающиеся основания для отказа в регистрации. Описаны условия сохранения правовой охраны товарных знаков, содержащих географические указания. Обоснованы принципы выбора классов товаров для указания в заявке на регистрацию с учетом практики предприятий сферы ритейла. Приведены примеры из практики по выбору наименований товаров, отсутствующих в МКТУ. Выработаны рекомендации по организации системы учета товаров на предприятиях сферы ритейла.

The publication by S. Grant (Ph. D. in Engineering), patenting attorney of the Russian Federation, deals with the specifics of choosing identification for goods used by retail, analyzing the most frequent reason for rejection of registration requests for such identification. The author describes the prerequisites for keeping the legal protection of trademarks that contain geographical names, and explains the principles for choosing the class of goods in the application based on the examples from the retail sector. Some examples are provided to show how to choose names for goods absent in the Nice Classification. The author provides some advice how to set up goods accounting in retail.

*Ключевые слова:*

*товарный знак, список товаров и услуг, Международная классификация товаров и услуг, прекращение товарного знака в связи с неиспользованием, включение географического указания, выбор наименования товара.*

*Keywords:*

*trademark, list of goods and services, International Classification of Goods and Services (the Nice Classification), termination of trademark due to no usage, inclusion of geographical name, choosing names of goods.*

Наиболее часто встречающимся объектами интеллектуальной собственности в деятельности предприятий сферы ритейла (розничной торговли) являются товарные знаки. Это обусловлено тем, что их функция – выделять товар конкретного производителя из общего ряда. Учитывая присутствие на полке магазина большого количества товаров одного назначения, но разных производителей, степень индивидуализации каждого из них имеет большое значение.

*После выбора словесного элемента необходимо провести проверку на отсутствие абсолютных и относительных оснований для отказа в регистрации товарного знака*

Широко употребляются (но не имеют законодательного определения) термины «бренд», «логотип», «марка». Под ними понимают обозначения, размещенные на товарах с целью идентификации, безотносительно к наличию или отсутствию их правовой охраны в качестве средства индивидуализации. Термин «товарный знак» имеет законодательно закрепленное определение, приведенное в ст. 1477 Гражданского кодекса РФ [1] (далее – ГК РФ).

Во избежание разночтений по тексту настоящей статьи для указания на обозначение, не зарегистрированное в качестве товарного знака, будет употребляться термин «идентифицирующее обозначение».

В ходе реализации концепции использования индивидуализирующего обозначения на товаре обычной

практикой является создание брендбука. Это своего рода регламент, в котором приводятся различные варианты использования идентифицирующего обозначения с выделением его основного элемента. Большинство обозначений, служащих для индивидуализации товаров, являются комбинированными, включают словесный и изобразительный элементы.

Основным элементом таких обозначений, как правило, является словесный, так как он запоминается легче изобразительного и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения [2].

Кроме того, словесный элемент употребляется гораздо чаще, чем изобразительный, в ходе повседневного общения потребителей. Он более пригоден по своей природе для воспроизведения в устной и письменной речи, может использоваться без затруднений в различных видах рекламы (в том числе не предполагающей использования визуальных образов), при обсуждении потребительских свойств товаров на различных форумах в сети Интернет. Именно словесный элемент является поисковым термином при построении запросов пользователей поисковых систем. Из этого следует, что в ходе создания будущего товарного знака именно словесному элементу необходимо уделить особое внимание.

После выбора словесного элемента необходимо провести проверку на отсутствие абсолютных и относительных оснований для отказа в регистрации товарного знака.

Поскольку товарный знак действует в отношении заявленных товаров, на этом этапе также следует предварительно сформулировать их перечень, про-



© [www.istockphoto.com/ibreakstock](http://www.istockphoto.com/ibreakstock)

классифицировать в соответствии с действующей редакцией Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) [3].

При этом следует руководствоваться принципом отказа от заведомо нерелевантных классов, а не указания только актуальных на данный момент. Практика показывает, что правообладатели зачастую вынуждены прибегать к подаче новой заявки на тождественное обозначение в связи с тем, что первоначально заявленный перечень не охватывает все интересующие товары.

Следующий пример проиллюстрирует сказанное выше. Выбрано обозначение для индивидуализации напитков безалкогольных. Данный товар относится к 32 классу. Предполагается подача заявки на один класс. В то же время отдельные «родственные» товары, к выпуску которых может возникнуть интерес заявителя впоследствии, относятся к другим классам. Так, красители для напитков относятся к 02 классу, эфирные масла (используемые как ароматизаторы

для напитков) – к 03, диетические напитки – 05, трафареты для украшения напитков – 16, стаканы для напитков – 21, молочные напитки – 29, отдельные виды напитков – 30.

Таким образом, в случае обнаружения после подачи заявки недостаточности указания товаров и классов МКТУ возникнет необходимость подачи новой заявки. Тогда как процесс составления перечня товаров методом «от общего к частному» позволит обеспечить необходимый объем правовой охраны. При этом следует помнить о возможности прекращения действия товарного знака в связи с его неиспользованием непрерывно в течение трех лет с даты государственной регистрации в отношении части товаров.

Регистрация обозначения в качестве товарного знака не может быть осуществлена в нарушение законодательно установленных оснований для отказа в регистрации. Как показал опыт работы автора с заявителями-ритейлерами, при анализе словесного

элемента на возможность регистрации из всех законодательно установленных абсолютных оснований для отказа в регистрации представляют наибольший практический интерес следующие:

- обозначение является простым указанием товаров, будучи заявленным для обозначения этих товаров;
- обозначение характеризует товары, указывает на их качество, свойства, назначение, ценность;
- обозначение содержит географическое указание.

*На рынке появляются новые виды товаров, являющиеся модификацией уже известных. Для привлечения внимания к ним вводится специальный термин*

К обозначениям, являющимся простым указанием товаров, относятся наименования, использование которых не вошло в повседневное общение рядовых потребителей, но имеет такую тенденцию. На рынке появляются новые виды товаров, являющиеся модификацией уже известных. Для привлечения внимания к ним вводится специальный термин. Имея представление, что в случае успеха товара на рынке монополизация права на использование обозначения может обеспечить возможность запрещать его использование другим лицам, а значит, быть полезной с финансовой точки зрения, заявитель принимает решение о подаче заявки на подобные обозначения. В отношении таких заявок зачастую выносятся решения об отказе в государственной регистрации товарного знака. В случае подачи возражений на указанные решения Коллегией Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) подтверждается правильность выводов экспертизы. Так, обозначения «КЕЙКПОПС» (в отношении изделий кондитерских мучных) [4], «ЛАТТЕ» (в отношении напитков кофейно-молочных) [5], «БЛОКЧЕЙН» (в отношении обеспечения программного для компьютеров) [6] признаны общепринятыми наиме-

нованиями: такие наименования не способны выполнять функцию индивидуализации и, кроме того, вводят в заблуждение в отношении других товаров заявленного перечня.

К обозначениям, характеризующим товары, указывающим на их качество, свойства, назначение, ценность, относятся обозначения, не способные индивидуализировать товары конкретного производителя. Довольно часто такие обозначения имеют хвalebный оттенок. Так, принято решение об отказе в регистрации обозначения «ПЕРВЫЙ» в отношении товаров 03 класса МКТУ (духи, изделия парфюмерные). Коллегия Роспатента в своем Заключении указала следующее: «...слово «ПЕРВЫЙ» воспринимается как указание на свойства товара, носящие хвalebный характер, то есть как лучший товар среди парфюмерной продукции других производителей» [7].

В то же время следует отметить, что практика рассмотрения возражений на решения об отказе в регистрации товарных знаков на основании того, что заявленные обозначения являются характеризующими товары, неоднородна. При представлении достаточных доказательств приобретенной различительной способности, фантазийного характера обозначения, дискламации элементов, отдельные обозначения могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков.

В случае подачи заявки на регистрацию в качестве товарного знака обозначения, включающего географическое указание, следует обратить внимание на необходимость предоставления документов, подтверждающих наличие связи заявителя с указанной территорией. Документальным подтверждением могут быть сведения из Единого государственного реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ), Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (далее – ЕГРИП), указывающие на местонахождение лица на территории объекта, название которого использовано.

На отдельных аспектах «жизни» обозначений, содержащих топоним, имеет смысл остановиться подробнее, так как для поддержания их правовой охраны необходимо сохранять условия, существовавшие на момент подачи заявки.



© [www.istockphoto.com/ijeab](http://www.istockphoto.com/ijeab)

Изменение места нахождения юридического лица является широко распространенным событием. Законодательство не предусматривает прямой обязанности правообладателя уведомлять об этом Роспатент. Ст. 1505 ГК РФ указывает буквально следующее: *«Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности вносит по заявлению правообладателя в Государственный реестр товарных знаков и выданное свидетельство на товарный знак изменения, относящиеся к сведениям о регистрации товарного знака, в том числе о правообладателе, его наименовании, имени, месте нахождения или месте жительства»*. При этом ни ГК РФ, ни Административный регламент [8] не устанавливают срока для подачи правообладателем указанного заявления, а также санкции за уклонение от подачи. Отсутствие указания срока для осуществления действия и санкций за его неисполнение вызывают недостаточно уважительное отношение правообладателей к указанной норме. Вместе с тем суды трактуют приведенную выше норму однозначно – как обязанность

правообладателя уведомлять Роспатент об изменении адреса, так как сведения о месте нахождения правообладателя включены в структуру данных Государственного реестра товарных знаков [9] (далее – Госреестр).

Также стоит отметить, что свидетельство на товарный знак не содержит таких широко используемых идентификаторов юридического лица или физического лица, зарегистрированных в качестве индивидуального предпринимателя, как индивидуальный номер налогоплательщика (ИНН), основной государственный регистрационный номер (ОГРН), основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя (ОГРНИП). Обладателя товарного знака можно идентифицировать по фирменному наименованию, фамилии, имени, отчеству, а также по местонахождению или месту жительства. В случае отказа от уведомления Роспатента о состоявшемся изменении адреса установить факт принадлежности товарного знака конкретному лицу является затруднительным.

На практике правообладатели сталкиваются с негативными последствиями неподачи заявления об изменении адреса в виде несоответствия сведений, содержащихся в ЕГРЮЛ / ЕГРИП, сведениям, указанным в свидетельстве о государственной регистрации товарного знака и Госреестре, при следующих обстоятельствах:

- необходимости зарегистрировать распоряжение исключительным правом на товарный знак,
- необходимости предоставить правоудостоверяющие документы на товарный знак по запросу контрагентов, в частности, рекламораспространителей.

Следует пояснить обоснованность интереса рекламораспространителей к получению документов. Согласно Федеральному закону «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая *«представляет собой рекламу товара, ... если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара»* [10].

При определении лиц, подлежащих привлечению к ответственности за распространение недобросовестной и (или) недостоверной рекламы, суды принимают во внимание, что обязанность предоставить рекламораспространителю сведения о соответствии рекламы требованиям Закона о рекламе возникает у рекламодателя в случае предъявления такого требования рекламораспространителем, который должен предпринимать разумные меры по недопущению распространения недобросовестной и (или) недостоверной рекламы. Поэтому рекламораспространитель может быть привлечен к ответственности за распространение недобросовестной и (или) недостоверной рекламы наряду с рекламодателем только в том случае, если указанные сведения не запрашивались у рекламодателя либо если рекламораспространитель, не получив запрошенных сведений, тем не менее не отказался от распространения рекламы [11].

Правовая охрана товарного знака, содержащего топоним, который утратил связь с правообладателем, может быть прекращена по решению Коллегии Роспатента. На основании п. 2 ст. 1513 ГК РФ любое заинтересованное лицо вправе обратиться с возражением против предоставления правовой охраны товарному знаку в связи с тем, что он является ложным или способным ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя. При этом учитываются обстоятельства, сложившиеся на дату подачи указанного возражения, а не существовавшие на дату подачи заявки.

Сведения об утрате связи обладателя товарного знака с указанным в нем топонимом любое лицо может получить из данных ЕГРЮЛ / ЕГРИП. Учитывая доверие потребителей к товарам, маркированным обозначениями, содержащими географические указания, обуславливающее, в свою очередь, высокий интерес участников рынка к таким товарным знакам, следует внимательно относиться к соблюдению условий сохранения правовой охраны товарного знака, включающего географическое указание.

Следующей группой оснований для отказа в регистрации обозначения в качестве товарного знака являются так называемые относительные основания, заключающиеся в нарушении прав третьих лиц. Именно для установления факта соответствия обозначения данной группе оснований проводят поиск по базам данных зарегистрированных товарных знаков, имеющих более ранний приоритет заявок на регистрацию. Результатом проведенного поиска может быть как выявление зарегистрированного и действующего в настоящий момент товарного знака (заявки, имеющей более ранний приоритет), так и отсутствие такового.

Очевидно, что второй исход является наиболее благоприятным для будущего заявителя, поскольку позволяет принять обоснованное решение о подаче заявки на товарный знак и осуществление связанных с этим финансовых затрат. Однако, к сожалению заявителей, положительный результат поиска не может быть гарантией получения свидетельства о государственной регистрации товарного знака, так как на дату проведения поиска существуют заявки, которые уже зарегистрированы в Роспатенте,



© [www.istockphoto.com/sigoisette](http://www.istockphoto.com/sigoisette)

им присвоен десятизначный номер, для них установлена дата подачи, но в электронную базу заявок они еще не внесены и, соответственно, не отображаются в результатах поиска.

В то же время стоит отметить, что выявление зарегистрированного товарного знака, тождественного или сходного с планируемым к подаче обозначением, не является однозначно отрицательным результатом. Следующими действиями потенциального заявителя должны быть проверка фактов использования товарного знака и существования юридического лица – правообладателя или сохранения регистрации в качестве индивидуального предпринимателя физического лица – правообладателя.

Факт использования товарного знака правообладателем можно проверить, проведя поиск в сети Интернет. В случае наличия достаточных оснований полагать, что товарный знак не используется правообладателем или лицом, которому такое право предоставлено на основании лицензионно-

го договора, либо другим лицом, осуществляющим использование товарного знака под контролем правообладателя, непрерывно в течение трех лет после его государственной регистрации, заинтересованное лицо вправе направить правообладателю предложение обратиться в Роспатент с заявлением об отказе от права на товарный знак либо заключить договор об отчуждении исключительного права на товарный знак (п. 1 ст. 1486 ГК РФ). При отсутствии фактов подачи заявления об отказе или заключения договора об отчуждении в течение двух месяцев со дня направления указанного предложения заинтересованное лицо может обратиться в суд с иском о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования. Судом первой инстанции в данном случае является Суд по интеллектуальным правам.

При подаче искового заявления следует учитывать обязанность истца доказать свою заинтересованность в использовании товарного знака для каждого

из товаров, в отношении которых он просит прекратить действие регистрации. Доказательствами такой заинтересованности могут служить материалы, подтверждающие реальное намерение использовать спорное обозначение в деятельности, а также наличие необходимых мощностей для производства товаров. При этом применяются критерии однородности товаров, в отношении которых у истца имеется заинтересованность, товарам, в отношении которых действует правовая охрана оспариваемого товарного знака [12].

*Заявитель вправе указать в перечне товар и / или услугу, наименование которой отсутствует в МКТУ, дополнительно указав видовое понятие с учетом общепринятой терминологии*

При рассмотрении указанной категории дел на правообладателя возложена обязанность доказывания использования товарного знака в отношении указанных в свидетельстве о государственной регистрации товаров, в данном случае критерии однородности не применимы [12].

Факты существования юридического лица или регистрации индивидуального предпринимателя достоверно устанавливаются по сведениям ЕГРЮЛ / ЕГРИП. Срок действия правовой охраны товарного знака установлен в 10 лет с даты подачи в Роспатент заявки на государственную регистрацию товарного знака с возможностью продления неограниченное число раз. За это время возможно либо прекращение деятельности юридического лица, либо прекращение регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. Подпункт 4 п. 1 ст. 1514 ГК РФ предусматривает возможность подачи заявления о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака, знака обслуживания, общеизвестного товарного знака, о прекращении действия свидетельства или свидетельств об исключительном праве на наименование места происхождения товара по заявлению любого лица, кроме правообладателя, в связи с прекращением юридического лица – правооб-

ладателя или регистрацией прекращения гражданином деятельности в качестве индивидуального предпринимателя – правообладателя [13].

Необходимость доказывания заинтересованности лица, подающего заявления, в данном случае отсутствует. Основанием для прекращения правовой охраны служит решение Роспатента о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в связи с прекращением юридического лица – правообладателя или регистрацией прекращения гражданином деятельности в качестве индивидуального предпринимателя – правообладателя.

После установления соответствия выбранного словесного элемента критериям охраноспособности предварительно составленный список товаров следует сформулировать в окончательной редакции. Подпункт 3 п. 2 ст. 1492 ГК РФ устанавливает обязанность заявителя представлять перечень, соответствующий действующей редакции МКТУ. В то же время во избежание описанной выше ситуации с заявлением иска о прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования, в перечень следует включать наименования товаров в том виде, в котором они приведены на упаковке товаров.

На практике в связи с наличием огромного количества позиций товаров, а также из-за недостаточной коммуникации между занимающимся учетом товаров подразделением предприятия-ритейлера и подразделением, отвечающим за регистрацию прав на средства индивидуализации, очень часто встречаются случаи использования различных терминов для указания одного и того же товара. Указанная ситуация приводит к расхождению наименований, указанных на упаковке товара, т. е. данные в применяемой на предприятии системе автоматизированного учета товаров отличаются от данных в разделе 511 свидетельства на товарный знак.

Заявитель вправе указать в перечне товар и / или услугу, наименование которой отсутствует в МКТУ, дополнительно указав видовое понятие с учетом общепринятой терминологии [14]. При этом понятие «общепринятая терминология» не конкретизируется. Представления о степени «общепринятости» эксперта патентного ведомства и специалиста-мар-

кетолога могут различаться. Так, последний вовлечен в каждодневную работу в узкой сфере рынка, его профессиональная деятельность направлена на удовлетворение потребностей определенного круга потребителей, для которых будет однозначно понятным термин, признанный экспертом неопределенным.

В качестве иллюстрации сказанного выше автор может привести примеры из собственной практики, когда в отношении широко употребляющихся терминов были получены запросы экспертизы.

Неопределенными были признаны следующие термины: «шредеры» (07 класс МКТУ) и «флизелин» (24 класс МКТУ). При ответах на запросы экспертизы указанные термины были заменены, соответственно, на «измельчители для бумаг для офисных целей» и «нетканый прокладочный материал, используемый при пошиве одежды для усиления деталей кроя».

В целях снижения затрат труда и времени на ведение делопроизводства по заявке на товарный знак имеет смысл выбрать термин, однозначно идентифицирующий товар как для целей маркетинга, так и для целей подачи заявки на регистрацию обозначения в качестве товарного знака. Подробные пояснения приведены в разделе «Общие замечания» действующей

редакции МКТУ. Основными критериями, которые следует учитывать при выборе названия отсутствующего в МКТУ товара, являются их функция и назначение, а также материал, из которого изготовлено изделие [3].

Оптимизировать процесс составления перечня товаров для подачи заявки может внесение предусмотренного МКТУ шестизначного базового номера товара в применяемую на предприятии систему автоматизированного учета товаров.

Для товаров, наименование которых в МКТУ отсутствует, номер может быть присвоен с включением дополнительных знаков, что позволит легко их идентифицировать. Это исключит разночтения в отнесении товара к соответствующему классу МКТУ, особенно в случае использования классификатора сотрудника без специальных познаний в области регистрации прав на средства индивидуализации.

Предложенное также упростит задачу по составлению перечня товаров для регистрации за рубежом в соответствии с Мадридским соглашением и/или протоколом, который базируется на национальной регистрации, так как стандартизованное наименование товара на английском или французском языках может быть однозначно определено по базовому номеру товара. ■

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ.
2. Приказ Роспатента от 24.07.2018 № 128 «Об утверждении Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов».
3. Международная классификация товаров и услуг для регистрации знаков. Одиннадцатая редакция (3-е изд.). – М., 2019.
4. Заключение по результатам рассмотрения возражения на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2016742012.
5. Заключение по результатам рассмотрения возражения на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2017743554.
6. Заключение по результатам рассмотрения возражения на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2016729454.

7. Заключение по результатам рассмотрения возражения на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2018701580.
8. Приказ Минэкономразвития России от 30.09.2015 № 707 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по государственной регистрации перехода исключительного права на изобретение, полезную модель, промышленный образец, товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товара, зарегистрированные топологию интегральной микросхемы, программу для электронных вычислительных машин, базу данных без договора».
9. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 23.10.2014 № С01-899/2014 по делу № А40-158974/2013.
10. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
11. Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе».
12. Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23.09.2015.
13. Приказ Минэкономразвития России от 28.09.2015 № 693 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по досрочному прекращению правовой охраны товарного знака, знака обслуживания, общеизвестного товарного знака, по прекращению действия свидетельства или свидетельств об исключительном праве на наименование места происхождения товара по заявлению любого лица, кроме правообладателя, в связи с прекращением юридического лица – правообладателя или регистрацией прекращения гражданином деятельности в качестве индивидуального предпринимателя – правообладателя, а также в случае смерти гражданина – обладателя свидетельства или свидетельств об исключительном праве на наименование места происхождения товара».
14. Приказ Роспатента от 24.07.2018 № 128 «Об утверждении Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов».

# Возможно ли в настоящее время построение единой терминосистемы?

В. Климова

(г. Москва)

tresor4@yandex.ru



В статье В.А. Климовой, старшего научного сотрудника отдела поиска и анализа информации о средствах индивидуализации ФИПС Роспатента, описаны проблемы терминологической лексики, используемой для формирования отраслевых терминосистем, требующей однозначного толкования терминов всеми участниками процесса коммуникации. Рассматривается практическая значимость объединения терминосистем разных отраслей в свете взаимовлияния и взаимопроникновения тех областей знания, которые находят свое языковое выражение в соответствующих терминосистемах. В статье ставится вопрос: возможно ли, выводя общение за пределы отрасли, сохранить отраслевую терминологию?

The article by V. Klimova, senior research associate at Rospatent's department for search and analysis of information about means of individualization, describes the problems of definitions used for sectoral terminology systems that should be understood in uniform by all parties involved in communication. The author explains the practical value of unification of these sectoral terminology systems since more areas of knowledge affect and penetrate each other, causing changes in terminology. The author asks a question whether it is possible to retail sectoral terminology when taking the discourse beyond the industry.

*Ключевые слова:*

*термин, терминосистема, товары, услуги, классификаторы, лингвистика, идентификация.*

*Keywords:*

*term, system of terminology, goods, services, classifiers, linguistics, identification.*

*Чтобы правильно задать вопрос, нужно знать большую часть ответа.  
Р. Шекли (1928–2005), рассказ «Верный вопрос», 1953 г.*

Все возрастающий поток информации, определяющий не только развитие экономической и научно-технической составляющей деятельности человечества, но и сам факт возможности дальнейшего развития сообщества, с неизбежностью приводит к необходимости решать языковые проблемы. Особенно остро эта проблема возникает при экспертизе заявок на товарный знак, поскольку она предполагает лингвистический анализ перечня наименований товаров и услуг.

*На протяжении более семидесяти лет, изменяясь в основном только в техническом отношении, МКТУ служит средством определения товаров и услуг на рынке в классификационной системе классового характера*

Точного общепринятого понятия «термин» в настоящее время не существует: каждая наука выделяет в термине признаки, существенные с точки зрения конкретной науки. Термин взаимосвязан с другими терминами и является элементом терминологической системы, в пределах которой он всегда однозначен.

В нашем случае—это система экономической и научно-технической составляющей деятельности человечества. Для целей данного исследования интересна именно рыночно-экономическая терминология, поскольку перспективы развития экономики во многом зависят от упорядочения, унификации, появления новых понятий и терминологических систем.

Очевидно, что решать эту проблему можно с помощью типологической системы распределения соответствующей совокупности «однотипных» объектов, в данном случае терминов. Иными словами, необходима классификация и систематизация терминов.

Объектом исследования был выбран Международный классификатор наименований товаров и услуг (МКТУ), поскольку именно он регламентирует условия функционирования единой классификации в странах союза, члены которого используют единую классификацию товаров и услуг, предназначенную для регистрации знаков.

Для каждой страны МКТУ может быть как единственным классификатором, так и вспомогательным (если есть национальный классификатор). Все официальные публикации о регистрации знаков должны указываться в соответствии с МКТУ, который, однако, не является совершенным и не имеет нормативного характера.

На протяжении более семидесяти лет, изменяясь в основном только в техническом отношении, МКТУ служит средством определения товаров и услуг на рынке в классификационной системе классового характера. Однако эта система, по существу, до сих пор не учитывает произошедшей за это время мировой глобализации как в области экономической деятельности, культуры, социологии, так и в области рыночных отношений.

Продукция становится товаром, когда она становится объектом купли-продажи, т. е. коммерческой деятельности. Все, что произведено или собрано человеком и предназначено для личного потребления, является продукцией. Только поступив на рынок и получив



© [www.istockphoto.com/Bulat Silvia](http://www.istockphoto.com/Bulat_Silvia)

цену, продукция становится товаром, что позволяет отнести к товарам продукцию интеллектуального труда, услуги, информацию, ценные бумаги.

Одной из характеристик современного рынка является жесткая конкуренция среди «однотипных» (однородных) товаров и услуг, их большой выбор, возможность выбора товара в любой точке мира, т. е. имеет место глобализация рынков – межгосударственное движение товаров и услуг.

Одновременно с глобализацией рынка происходит и уникальное лингвистическое явление глобализации. Это касается интернационализации языка и языковой «эрозии», что влияет на основные сферы человеческой деятельности, вызывает структурные изменения различных языков мира.

В результате исследований выявился ряд языковых проблем, затрудняющих идентификацию и сравнение товаров и услуг в тех случаях, когда заявитель использует лексику, отличную от лексики МКТУ.

В частности, работа по сопоставлению словарного состава действующих общероссийских и международных классификаторов экономической деятельности и продукции показала, что в них, наряду с официально принятыми научными и производственными терминами, используется нерегламентированный языковой материал и вводятся новые понятия, отличающиеся от официальной терминологии. Это приводит и к внутренним противоречиям отдельных классификаторов, и к трудностям при их совместном использовании.

Каждый год появляются новые товары и услуги, новые связи между отраслями, в результате чего происходит миграция товаров, иногда с изменением их наименований. Товары, исключительно товары, являются постоянными причинами конфликтов между владельцами товарных знаков, заявителями на получение таковых, экспертами и арбитражными судами, поскольку участники информационного поля не всегда одинаково представляют себе сам объект (товар).

В настоящее время в рыночной экономике появилось значительное число английских слов в русском экономическом тезаурусе. Большинство из них используется в виде кальки (воспроизведение внутренне семантической структуры исходного термина: *aircraft carrier* – *авианосец*, *cardiovascular* – *сердечно-сосудистый*), что сдерживает развитие отечественной экономической терминологии. Появляются неологизмы, но при этом часть слов уходит или претерпевает разнообразное переосмысление.

В большинстве своем термины имеют постоянные эквиваленты в других языках, но существуют и так называемые безэквивалентные термины, не имеющие точных семантических соответствий в реальной системе понятий другого языка. Перевод одного слова в таких случаях иногда требует целого оборота. Это особенно проявляется в терминах, касающихся блюд национальных кухонь. Однако такой термин невозможно использовать по отношению ко всем языкам, поскольку в одном из языков может существовать точный аналог слова, не имеющего аналога в каком-либо другом языке. Достигнуть взаимопонимания возможно только используя слова, употребление которых урегулировано определенной терминологической системой.

Такая ситуация приводит к необходимости изучения источников терминологии каждой и отраслей деятельности, для чего требуется сначала определить отраслевой состав экономической деятельности человека. Это необходимо потому, что в настоящее время не существует юридически значимого и общеиспользуемого источника информации о том, как именно подразделяются отрасли деятельности и что лежит в основе деления экономики на отрасли.

Международный классификатор наименований товаров и услуг не имеет отраслевой структуры, так как она не предусмотрена целями его создания. Товары в нем объединяются в классы по выборочным потребительским признакам без привязки к области производства этих товаров, исключительно с потребительской точки зрения, что создает определенные трудности для производителя для их идентификации. Один и тот же товар в зависимости от области его применения может относиться к разным классам МКТУ исключительно

по его назначению. МКТУ не дает ответа на вопрос, к какому классу относится данный товар, если область его применения не определена. Назначение и применение суть разные понятия. Например, нож-инструмент для резания, состоящий из лезвия и ручки, одновременно относится к 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 21, 26, 28, 34 классам. И только указание на область применения позволяет точно отнести его к конкретному классу или классам.

Кроме того, товар не привязан к области производства, что создает трудности идентификации объекта для производителя. В случае МКТУ предполагается перевод официального англо-французского издания на государственные языки. При переводе должна быть соблюдена аутентичность терминологии. В противном случае возникает лингвистический когнитивный диссонанс: *«Когнитивный диссонанс возникает в результате столкновения концептов разных культур, так как концептуальные представления о мире формируются в сознании каждой нации особым образом. Даже похожие или очень близкие по своей структуре концепты различаются в разных языковых картинах мира. Лексика отражает и представляет ключевые концепты, так как она является самым очевидным выразителем этнокультуры»* [1]. В связи с этим машинный перевод не приветствуется.

Такого рода проблема характерна для тех стран, где английский или французский язык не являются государственными языками, поэтому возникает необходимость перевода. Кроме того, определения одних и тех же объектов и действий в разных языках отличаются терминологическим многообразием. Иными словами, при известности термина определяемый данным термином объект, в зависимости от конкретного вида деятельности, может иметь различные наименования. То есть при сохранении семантических и прагматических характеристик меняется лингвистическая составляющая термина, что приводит к отсутствию взаимопонимания между людьми, использующими лингвистическую коммуникацию как средство социального партнерства в различных областях социально-экономической деятельности человека.

Точная идентификация терминов, которые определяют названия классов, пояснения к ним, наимено-

вания товаров и услуг, а также аутентичность терминов в немалой степени зависят от сохранения при переводе языковой и культурной смысловой близости термина-оригинала и перевода, что в большой степени зависит от переводчика.

Лингвистический анализ терминологии МКТУ привел к необходимости перевода на русский язык с обоих языков (английского и французского), чтобы привести в соответствие иностранные слова их русскоязычным синонимам. В то же время и внутри одного языка существуют проблемы, являющиеся следствием терминологического многообразия определений в отраслевых классификаторах различных сфер экономической деятельности.

Терминология каждой из отраслей развивалась изолированно. Иерархия терминов не вскрывала родовое единство и функциональные взаимосвязи. Даже внутри каждой отрасли одни и те же товары могут иметь разные наименования. Например, изюм – виноград сушеный, чипсы картофельные – картофель хрустящий, жилка хозяйственная – леска.

В итоге товары и услуги формулируются заявителями по-разному, в связи с чем возникает неоднозначность терминологической лексики, которая вносит неразбериху в документацию и представляет собой серьезную помеху при автоматизации информационного поиска, требующего максимальной определенности. При этом автоматическая идентификация наименований товаров и услуг практически исключается, даже при использовании семантического поиска.

Как указывалось выше, определяемый известным термином объект может иметь различные наименования, в зависимости от конкретного вида деятельности. Однако термин при этом может быть только один. Иными словами, в одной системе термин обозначает только одно понятие и не может называть никакое другое, так как в терминосистеме существует однозначное соответствие знака и обозначаемого: одно понятие – один знак. При этом известно, что терминов – названий объектов больше, чем терминов – названий признаков, обозначения которых,

в свою очередь, выражаются через конкретные термины. По сути, это бесконечный ряд языковых единиц, выражаемый отношением: *объект – знак – интерпретанта* (объяснение значения данного слова с помощью других слов).

Уже сейчас можно выделить ряд закономерностей, позволяющих сформулировать показатели идентифицируемости наименования объекта. Одним из таких показателей является мотивированность термина, когда лексическая единица выступает в функции термина и можно заключить, что данное наименование указывает на признаки называемого объекта, а не просто обозначает его.

*Определяемый известным термином объект может иметь различные наименования, в зависимости от конкретного вида деятельности*

Однако в языковой сфере товаров и услуг присутствуют и немотивированные термины. В частности, это так называемые торговые наименования материалов и веществ, перешедшие со временем в нарицательные, как, например, «победит»<sup>1</sup> или «бустилат», которые не дают представления об объектах. Поэтому неспециалист должен обращаться к дополнительной информации или включить в наименование наиболее узкую видовую группу, к которой относится называемый объект (сплавы металлов). При этом видовое наименование может быть более информативным при определении называемого объекта.

Возвращаясь к вопросу о терминологических системах с учетом всего вышесказанного, необходимо подчеркнуть, что терминосистема всегда выступает в роли упорядоченной совокупности терминов, определяющих систему конкретной сферы человеческой деятельности. Между терминами в такой системе существуют связи, совокупность которых

<sup>1</sup> Победит – сплав монокарбида вольфрама и кобальта. – Примеч. авт.

и определяет структуру системы. Однако не каждая логическая и лингвистическая совокупность терминов может быть терминосистемой, поскольку термины в родовидовых отношениях характеризуются логичностью. Логическая системность является обязательным требованием к терминам, что и определяет, в конечном счете, возможность создания терминосистемы, главная функция которой состоит

в упорядочении терминов отдельной отрасли. Идея объединения терминосистем различных отраслей противоречит задачам систематизации терминов. Однако в настоящее время имеет место использование терминов разных систем в языковом пространстве экономических и научных отраслей, что приводит к вопросу о возможности сохранения отраслевой терминологии за пределами отрасли. ■

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Воскобойник Г.Д. Лингвофилософские основания общей когнитивной теории перевода. – М: Московский государственный лингвистический университет, 2004.
2. Лейчик В.М. Место терминологии в системе современных наук // Научно-техническая информация. – 1969. – № 8. – С. 5–8.
3. Лейчик В.М. Применение системного подхода для анализа терминосистем // Терминоведение. – 1993. – № 1–2. – М.: Московский лицей, 1993.
4. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методологии. – М.: Изд. АН СССР, 1961.
5. Моррис Ч.У. Основания теории знаков // Семиотика: Сб. переводов / под ред. Ю.С. Степанова. – М.: Радуга, 1982.
6. Межгосударственный стандарт ГОСТ 33353.2-2018 Межгосударственный стандарт по стандартизации, метрологии и сертификации (МГС).
7. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 6 ноября 2001 г. № 454-ст).
8. Словарь социолингвистических терминов (размывание норм языка). – М.: РАН Институт языкознания; Российская академия лингвистических наук, 2006.
9. Слюсарева Н.А. Теория ценности единиц языка и проблема смысла // Сб. материалов к конференции «Язык как знаковая система особого рода». – М., 1967.
10. Щедровицкий Г.П. «О методе исследования знаковых систем // Сб. материалов к конференции «Язык как знаковая система особого рода». – М., 1967.
11. Мерзлякова Л. В. Когнитивный диссонанс и языковая картина мира // Вестник Оренбургского государственного педагогического университета. – 2014. – № 2 (10). С. 175–180.

# Противоречие общественным интересам, принципам гуманности и морали как основание отказа в государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака

С. Слободян

(г. Новосибирск)

barabashka47@mail.ru



Автор С.А. Слободян посвятил свою статью исследованию правовых норм, предусматривающих противоречие общественным интересам, принципам гуманности и морали в качестве основания для отказа в регистрации обозначений в качестве товарных знаков.

К таким обозначениям относятся, например, антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного характера, призывы антигуманного характера и ряд других обозначений.

The publication by S. Slobodyan looks into the legal norms that say application for trademark registration can be rejected on the grounds of contradiction to public interests, humanism and morals.

This includes anti-government slogans, obscene words and images, inhuman impels and some other designations.

*Ключевые слова:*

*товарный знак, обозначение, общественные интересы, принципы гуманности и морали, непристойное содержание.*

*Keywords:*

*trademark, designation, public interests, principles of humanism and morals, obscene content.*

В соответствии с нормой, предусмотренной абзацем 2 пункта 3 статьи 1483 действующего Гражданского кодекса Российской Федерации, не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, которые представляют собой или содержат элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В свою очередь, в пункте 37 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных Приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года № 482<sup>1</sup>, разъясняется, что при рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности:

- неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы);
- антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания;
- призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих;

– слова, написание которых нарушают правила орфографии.

Таким образом, в соответствии с указанной выше нормой Правил одним из видов обозначений, которые могут быть признаны противоречащими общественным интересам, принципам гуманности и морали, признается неэтично примененная национальная и (или) государственная символика.

Здесь речь идет о ситуации, когда заявка подается на регистрацию обозначения, представляющего собой изображение элемента государственной или национальной символики (герба, флага, эмблемы) в таком виде, который дает основание расценивать это как оскорбление.

Например, статья 1 Федерального конституционного закона от 25 декабря 2000 года «О Государственном флаге Российской Федерации»<sup>2</sup> предусматривает, что Государственный флаг Российской Федерации является официальным государственным символом Российской Федерации.

В соответствии с данной нормой Государственный флаг Российской Федерации представляет собой прямоугольное полотнище из трех равновеликих горизонтальных полос: верхней – белого, средней – синего и нижней – красного цвета. Отношение ширины флага к его длине 2:3.

<sup>1</sup> Приказ Министерства экономического развития РФ от 20 июля 2015 г. № 482 «Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, Требований к документам, содержащимся в заявке на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака, и прилагаемым к ней документам и их форм, Порядка преобразования заявки на государственную регистрацию коллективного знака в заявку на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания и наоборот, Перечня сведений, указываемых в форме свидетельства на товарный знак ...» [Электронный ресурс] // URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71066768/> (дата обращения 07.12.2019).

<sup>2</sup> Федеральный конституционный закон от 25 декабря 2000 г. № 1-ФКЗ «О Государственном флаге Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // URL: <http://base.garant.ru/182787/> (дата обращения 07.12.2019).

Таким образом, если обозначение, заявленное на регистрацию в качестве товарного знака, представляет собой рисунок, изображающий человека, моющего пол прямоугольным полотнищем, состоящим из трех полос вышеуказанных цветов, либо же вытирающегося таким полотнищем вместо полотенца, то, на взгляд автора настоящей статьи, в регистрации такого обозначения должно быть отказано, так как здесь имеет место неэтичное применение изображения российского государственного флага как государственного символа.

Или, к примеру, в соответствии с требованиями статьи 1 Федерального конституционного закона от 25 декабря 2000 года «О Государственном гербе Российской Федерации»<sup>3</sup> Государственный герб Российской Федерации является официальным государственным символом Российской Федерации.

Государственный герб Российской Федерации представляет собой четырехугольный, с закругленными нижними углами, заостренный в оконечности красный геральдический щит с золотым двуглавым орлом, поднявшим вверх распущенные крылья. Орел увенчан двумя малыми коронами и – над ними – одной большой короной, соединенными лентой. В правой лапе орла – скипетр, в левой – держава. На груди орла, в красном щите, – серебряный всадник в синем плаще на серебряном коне, поражающий серебряным копьем черного опрокинутого навзничь и попранного конем дракона.

Поэтому если, например, подается заявка на регистрацию в качестве товарного знака обозначение, представляющее собой изображение двуглавого орла, который вместо скипетра и державы в одной руке держит, к примеру, вилку, а в другой – нож или ложку, то, как считает автор статьи, в регистрации такого обозначения должно быть отказано, поскольку такое использование изображения двуглавого орла как элемента российского герба является неэтичным. Или, например, если заявленное на регистрацию обозначение представляет собой изображение двуглавого орла, держащего в одной лапе бутылку, а в другой – бокал, либо же двуглавого орла с от-

рубленной одной головой, то такие использования элемента герба как государственного символа также являются неэтичными, а потому, как считает автор статьи, в регистрации таких обозначений в качестве товарных знаков также должно быть отказано.

Следует отметить, что из текста приведенного выше разъяснения пункта 37 Правил следует, что речь не только о государственной или национальной символике именно Российской Федерации. Следовательно, можно сделать вывод, что если подается заявка на регистрацию в качестве товарного знака обозначения, представляющего собой изображение какого-либо государственного символа иностранного государства в неэтичной форме, то в регистрации такого обозначения также должно быть отказано.

*Понятие «лозунг» определяется Толковым словарем русского языка в двух вариантах: как синоним понятия «призыв», а также как плакат с таким призывом*

Как было отмечено выше, среди указанных в пункте 37 Правил обозначений указаны также антигосударственные лозунги.

Понятие «лозунг» определяется Толковым словарем русского языка в двух вариантах: как синоним понятия «призыв», а также как плакат с таким призывом [1, с. 325].

В свою очередь, понятие «призыв» определяется как обращение, в лаконичной форме выражающее руководящую политическую идею, требование [1, с. 581].

Таким образом, можно сделать вывод, что в указанном выше случае речь идет о словесных обозначениях, либо же комбинированных обозначениях, содержащих словесные элементы, которые представляют собой лаконичные обращения или плака-

<sup>3</sup> Федеральный конституционный закон от 25 декабря 2000 г. № 2-ФКЗ «О Государственном гербе Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // URL: <http://base.garant.ru/182788/> (дата обращения 07.12.2019).

ты с такими обращениями, выражающие идеи либо требования, направленные против существующего государственного или общественного строя, органов власти и т. п.

Например, если для рекламы автомобильных двигателей используется слоган «Оставь ГИБДД позади» либо «Пошли ГИБДД подальше», и будет подана заявка на регистрацию такого слогана в качестве словесного либо комбинированного товарного знака, то в таком случае в регистрации такого рода обозначения должно быть отказано. Это можно объяснить тем, что такого рода тексты, намекая на высокое качество товаров, для которых они заявляются на регистрацию, наводят потребителя на мысль, что он сможет быстро ездить на автомобиле с рекламируемыми двигателями и не соблюдать правила дорожного движения. Таким образом, подобные тексты призывают игнорировать требования сотрудников ГИБДД. Как известно, ГИБДД является частью системы российской полиции, а полиция, в свою очередь, является государственным правоохранительным органом. Следовательно, такого рода тексты являются антигосударственными лозунгами, поэтому они не должны регистрироваться в качестве товарных знаков по причине их противоречия общественным интересам.

Среди обозначений, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали, следует особо выделить слова и изображения непристойного содержания.

Прежде чем рассматривать данный вид обозначений, следует сначала определить, что значит непристойное содержание.

В толковом словаре русского языка значение слова «пристойный» разъясняется как вполне отвечающий правилам приличия [1, с. 589].

В свою очередь, значение слова «приличие» разъясняется как правило поведения, вежливость [1, с. 583].

Следовательно, к словам и изображениям непристойного содержания следует относить такие словесные и изобразительные либо же комбинированные обозначения, которые демонстрируют какое-либо содержание, не отвечающее правилам поведения и (или) вежливости.

Можно сделать вывод, что такого рода обозначения могут противоречить как правилам поведения, установленным правовыми нормами, так и правилам поведения, предусматриваемым принятыми в обществе моральными нормами.

Например, если подается заявка на регистрацию в качестве товарного знака изображения мальчика, который дергает девочек за косички, задирает им юбки или же сталкивает их в лужу, то в регистрации данного обозначения должно быть отказано, так как такое поведение явно является аморальным. Кроме того, подобные действия при определенных обстоятельствах могут быть расценены как хулиганство, за которое законом предусмотрены соответствующие санкции.

Или, к примеру, если подается заявка на регистрацию в качестве товарного знака изображения человека, избивающего собаку или кошку, то в регистрации такого обозначения в качестве товарного знака также должно быть отказано, так как жестокое обращение с животными, с одной стороны, является аморальным, с другой стороны – статья 245 действующего Уголовного кодекса РФ предусматривает ответственность за такие действия.

Следует отметить, что в пункте 4 Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений<sup>4</sup>, утвержденных Приказом Роспатента от 23.03.2001 г. № 39<sup>5</sup>, разъясняется, что обозначения, состоящие из терминов, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали, называют также «скандальными» знаками.

Далее там же разъясняется, что для осуществления правильной оценки «скандальных» обозначений

<sup>4</sup> Рекомендации по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений [Электронный ресурс] // URL: <https://sudact.ru/law/prikaz-rospatenta-ot-23032001-n-39-ob-rekomendatsii-po-otdelnym-voprosam-ekspertizy/> (дата обращения 07.12.2019).

<sup>5</sup> Приказ Роспатента от 23 марта 2001 г. № 39 «Об утверждении Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений» [Электронный ресурс] // URL: <http://base.garant.ru/183723/> (дата обращения 07.12.2019).

необходимо учитывать фактор восприятия их потребителями.

Оценка заявляемых обозначений с этой точки зрения во многом связана как с общепринятыми мировыми стандартами морали, так и с национальными традициями и культурой.

Таким образом, можно сделать вывод, что для того, чтобы определить, имеет ли место в заявленном на регистрацию обозначении непристойное содержание, следует учитывать как общепринятые стандарты морали, так и стандарты, связанные с национальными и культурными традициями в конкретном государстве, поскольку как национальные, так и культурные традиции того или иного народа накладывают свой отпечаток на формирование в обществе моральных стандартов.

В юридической литературе на этот счет разъясняется, что вопросы проверки обозначений на их соответствие морали представляют наибольшие трудности для экспертов, которые, с одной стороны, должны как бы возвышаться над обществом, а с другой – держать руку на его «моральном» пульсе. Экспертиза знаков, воспроизводящих частично или полностью обнаженные тела, проводится ведомствами различных стран с учетом норм морали, принятых в обществе на дату приоритета заявленных обозначений.

На этот счет приводится пример, что из 100 зарегистрированных в начале XX века знаков с изображением женской фигуры можно выделить лишь несколько, на которых женщина изображена в нижнем белье, а уже в конце века появилось множество товарных знаков, на которых можно увидеть девушек в «откровенных» бикини [2, с. 96].

Сегодня в России специализирующиеся на торговле модным женским бельем и купальниками фирменные магазины нередко размещают на улицах городов, станциях метрополитена, остановках городского транспорта и в других общественных местах рекламные плакаты, на которых изображены девушки, рекламирующие образцы женского нижнего белья и открытых купальников. Поскольку такого рода рекламные плакаты допускаются к размещению в общественных местах, можно сделать



© [www.istockphoto.com/master1305](http://www.istockphoto.com/master1305)

вывод, что если бы такого рода изображения были заявлены на регистрацию в качестве товарных знаков, то вряд ли было бы отказано в их регистрации по причине непристойного содержания. Но лет сорок назад такие обозначения вполне могли счесть непристойными.

В некоторых других странах, национальные и культурные традиции которых предполагают более суровые моральные стандарты, регистрация такого рода обозначений в качестве товарных знаков и сейчас вряд ли возможна.

Например, во многих мусульманских странах, в частности, в Саудовской Аравии, женщины обязаны во время нахождения вне дома закрывать большую часть своего тела длинной одеждой и покрывать голову хиджабом, а в некоторых провинциях страны женщины обязаны полностью закрывать все лицо, кроме глаз. При такой суровой морали нетрудно догадаться, что в Саудовской Аравии изображение женщины в нижнем белье или купальнике в любом

случае будет признано непристойным, и по этой причине в регистрации такого обозначения в качестве товарного знака, скорее всего, будет отказано.

С конца 40-х до начала 60-х годов XX века в СССР была широко распространена молодежная субкультура так называемых стилияг. Мода стилияг, а также свойственное им увлечение западными танцами, в частности, рок-н-роллом, буги-вуги и другими, считались непристойными и активно порицались партийными и комсомольскими структурами, высмеивались в печати и кинематографе.

*Бывает и так, что какое-либо слово ранее имело вполне пристойное значение, но со временем в этом качестве стало устаревшим и приобрело значение жаргонного или даже нецензурного*

Поэтому в то время вряд ли была бы возможна регистрация в качестве товарного знака изображения, к примеру, ярко накрашенной девушки в обтягивающей юбке или пышном пестром платье, танцующей рок-н-ролл или буги-вуги, поскольку такого рода обозначение, скорее всего, сочли бы непристойным. В настоящее же время ни мода стилияг, ни их танцы не считаются непристойными. Более того, нередко проводятся концерты и дискотеки в данных музыкальных стилях и с присущими данной субкультуре костюмами. Поэтому в современной России вышеуказанное обозначение вполне могло бы быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

Но, например, изображение мужчины, спустившего брюки и демонстрирующего обнаженные ягодицы, в современной России также, скорее всего, не будет зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку прилюдно обнажать интимные места своего тела в нашем обществе считается неприличным, и, кроме того, такого рода действия могут быть расценены как хулиганство.

Также к изображениям непристойного содержания можно отнести изображения, демонстрирующие непристойный жест.

Например, непристойным жестом считается выставление вверх среднего пальца руки при поджатых остальных пальцах. Поэтому если на регистрацию в качестве товарного знака подается изобразительное обозначение, демонстрирующее такой жест, в регистрации данного обозначения должно быть отказано.

К словам непристойного содержания, упоминаемым в пункте 37 Правил, следует относить жаргонные и нецензурные слова и выражения, использование которых в речи считается неприличным. Это могут быть как вульгарные слова, так и бранно-оскорбительные.

Бывает и так, что какое-либо слово ранее имело вполне пристойное значение, но со временем в этом качестве стало устаревшим и приобрело значение жаргонного или даже нецензурного. В регистрации такого рода обозначений в качестве товарных знаков обычно отказывается.

Здесь можно привести пример из практики Роспатента.

В Роспатент поступила заявка на регистрацию комбинированного товарного знака BUHALO по классам 32 и 33 (безалкогольные и алкогольные напитки). Изобразительная часть товарного знака представляла собой птицу выпь, а словесный элемент – слово «BUHALO» (транслитерация – «БУХАЛО»), которое, по словам заявителя, представляет собой устаревшее название выпя. Заявленное обозначение, по мнению заявителя, является фантазийным и семантически нейтральным по отношению к заявленным товарам.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров. Основанием для принятия решения являлось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку семантическое значение слова «BUHALO» является жаргоном (спиртное, алкоголь) и противоречит общественным интересам и принципам морали (п. 3 ст.1483 ГК РФ).

Заявитель не согласился с данным решением и обратился в Палату по патентным спорам. Свои доводы заявитель пытался обосновать ссылками на то, что этимологически слово произошло от глагола «бухати», который означает ухать, вопить, глухо и отрывисто кричать. К тому же семантика, приведенная экспертизой – алкоголь, спиртное – не является непристойной и не относится к ненормативной лексике. Также заявитель отметил, что не отрицает актуальности проблемы алкоголизма в России, однако логическая операция при установлении связи между регистрацией товарного знака и указанным заболеванием представляется ему лишней смыслом.

Изучив материалы дела, Палата пришла к выводу, что для правильной оценки таких товарных знаков учитываются особенности восприятия их потребителями, а словесный элемент «BUHALO» является транслитерацией слова «бухало», которое, согласно «Большому словарю русского жаргона»<sup>6</sup>, означает алкогольные напитки, т. е. является жаргонным словом. Несмотря на то, что словесный элемент «BUHALO» является также одним из названий птицы выпь, данное название устарело и неизвестно широкому потребителю. К тому же «бухало» – не единственное название птицы выпь. По мнению Палаты, следует учесть и тот факт, что регистрация испрашивается именно в отношении алкогольных напитков, которые являются товарами широкого потребления, рассчитанными на рядовых потребителей, мало знакомых со специализированной терминологией и устаревшими названиями птиц, а первичные ассоциации у потребителей будут возникать в связи с жаргонным значением слова «БУХАЛО», что обуславливает противоречие регистрации принципам морали.

На этом основании Палата оставила в силе решение Роспатента и отказала в удовлетворении возражения<sup>7</sup>.

Таким образом, в данном случае речь шла о слове, которое ранее было одним из вариантов названия птицы выпь, но со временем данное слово приобрело значение жаргонного обозначения алкогольных

напитков. Следует полагать, что решение Палаты по патентным спорам в этом деле является правильным, поскольку значение устаревших слов русского языка знают, как правило, только специалисты в области филологии либо люди, высоко эрудированные в этой сфере. Но алкогольные напитки приобретает довольно широкий круг потребителей, среди которых много малообразованных лиц, не знакомых со значением устаревших слов. Поэтому, принимая решение по делу, Палата по патентным спорам правильно пришла к выводу, что словесный элемент заявленного на регистрацию обозначения будет восприниматься большинством потребителей товаров, для которых обозначение было заявлено на регистрацию, именно в жаргонном, а не устаревшем варианте.

Можно также привести пример из арбитражной практики, когда было отказано в регистрации в качестве товарного знака словесного обозначения, содержащего в себе жаргонное слово, и это решение Роспатента пытались обжаловать через арбитражный суд.

ООО «Бизнес Киров» обратилось в Арбитражный суд города Москвы с заявлением к Федеральной службе по интеллектуальной собственности о признании недействительным решения от 26.04.2012 г. об отказе в государственной регистрации товарного знака «ШИРЕ ХАРИ» по заявке № 2010729485.

Решением суда от 22.04.2013 г. требования удовлетворены, признано незаконным решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 26.04.2012 г. об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2010729485.

Постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда от 11.07.2013 г. решение суда отменено, в удовлетворении требований ООО «Бизнес Киров» отказано.

В кассационной жалобе, направленной в Суд по интеллектуальным правам, ООО «Бизнес Киров» про-

<sup>6</sup> Большой Словарь Русского Жаргона [Электронный ресурс] // URL: <https://ojargone.ru> (дата обращения 07.12.2019).

<sup>7</sup> Палата по патентным спорам сочла товарный знак «бухало» непристойным [Электронный ресурс] // URL: [http://mus-patent.ru/news/news\\_post/palata-po-patentnym-sporam-sochla-tovarnyy-znak-buhalo-nepri](http://mus-patent.ru/news/news_post/palata-po-patentnym-sporam-sochla-tovarnyy-znak-buhalo-nepri) (дата обращения 07.12.2019).

сило отменить постановление арбитражного апелляционного суда и направить дело на новое рассмотрение.

Суд кассационной инстанции пришел к выводу, что постановление суда апелляционной инстанции отмене не подлежит.

На основании анализа судом апелляционной инстанции заявленного на регистрацию в качестве товарного знака словесного обозначения «ШИРЕ ХАРИ» было установлено, что оно содержит жаргонное слово («харя»), которое, согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой [1], является жаргонным, бранным словом.

Согласно электронной версии Толкового словаря русского языка под редакцией Т.Ф. Ефремовой<sup>8</sup> слово «харя», в частности, употребляется как бранное слово, которым обзывают неприятного человека; указанное слово принадлежит к относительно автономной социальной группе и используется для обозначения искаженной, неправильной речи.

Ссылки на представленное заявителем в материалы административного дела Комплексное психолого-лингвистическое исследование от 13.06.2012 г. и представленный в материалы судебного дела Отчет по результатам социологического исследования, проведенный с 7 по 22 декабря 2012 года, рассмотрены и отклонены судом апелляционной инстанции, указавшим, что эти исследования были проведены по заказу заявителя, оплачивались заявителем, проведены без соблюдения предусмотренного Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации порядка назначения экспертизы и не могут являться объективными доказательствами по делу, учитывая имеющиеся подтверждения негативной семантики части спорного словесного обозначения.

С учетом изложенного Суд по интеллектуальным правам Постановлением от 18 сентября 2013 года № С01-60 /2013 по делу № А40-68/2013 постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 11.07.2013 г. по делу № А40-68/2013 Арбитражного суда города Москвы оставил без изменения, кассационную жалобу ООО «Бизнес Киров» – без удовлетворения<sup>9</sup>.

Таким образом, из приведенных примеров можно сделать вывод, что в практике Роспатента нередко имеют место случаи, когда на регистрацию заявляются в качестве товарных знаков обозначения, содержащие жаргонные слова. Вероятно, заявители рассчитывают, что такие обозначения привлекут большее внимание потребителей. Но и Роспатент, и апелляционные и кассационные инстанции арбитражного суда занимают позицию отказа в регистрации такого рода обозначений в качестве товарных знаков по причине противоречия их общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Как отмечалось выше, в предусмотренном в пункте 37 Правил перечне обозначений, признаваемых противоречащими общественным интересам, принципам гуманности и морали, выделяются также призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих.

В юридической литературе разъясняется, что принципы гуманности предполагают уважение к жизни и здоровью как отдельного человека, так и группы людей или человечества в целом. Поэтому недопустимы обозначения, регистрация которых в качестве товарных знаков способствовала бы повышению насилия в обществе [3, с. 418].

Таким образом, можно сделать вывод, что под призывами антигуманного характера следует понимать

<sup>8</sup> См.: *Словopedia. Толковый словарь русского языка под редакцией Т. Ф. Ефремовой [Электронный ресурс] // URL: <http://www.slovopedia.com/15/213/1601031.html> (дата обращения 07.12.2019).*

<sup>9</sup> *Постановление Суда по интеллектуальным правам от 18 сентября 2013 г. № С01-60/2013 по делу № А40-68/2013 Постановление суда, которым отказано в признании недействительным решения об отказе в государственной регистрации товарного знака, оставлено без изменения, поскольку не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали [Электронный ресурс] // URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70359490/> (дата обращения 07.12.2019).*

такие обозначения, которые выражают какую-либо идею, которая может способствовать распространению насилия в обществе. Например, не может быть зарегистрирован в качестве словесного товарного знака лозунг «Бей жидов – спасай Россию», поскольку он призывает к насилию со стороны русских в отношении лиц еврейской национальности, среди которых, между прочим, также много граждан Российской Федерации.

Или, например, не может быть зарегистрировано в качестве изобразительного товарного знака изображение полицейского, избивающего человека с характерной азиатской внешностью, поскольку такое изображение также содержит призыв к насилию на национальной и расовой почве.

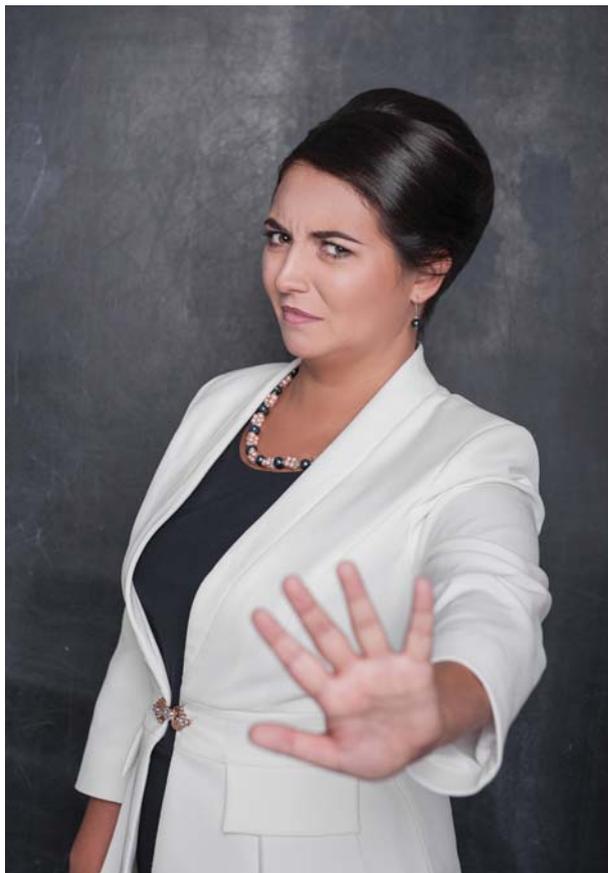
К обозначениям, оскорбляющим человеческое достоинство, можно отнести такие обозначения, которые содержат какие-либо элементы явно оскорбительного свойства.

Например, на взгляд автора статьи, не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков такие словесные обозначения, как «Жид», «Жидовская морда», «Ниггер», «Пшек», поскольку они способны оскорбить достоинство представителей определенных национальностей или расовых групп.

Иногда в практике Роспатента имеют место попытки зарегистрировать в качестве товарного знака словесных обозначений, в которых содержится намек на деятельность, порочащую других лиц.

Например, Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации (далее – ВАС РФ) при рассмотрении заявления Палаты по патентным спорам Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (далее – Палата по патентным спорам) о пересмотре в порядке надзора постановления Федерального арбитражного суда Московского округа от 31.08.2005 г. по делу № А40-67505/04-110-638 установил следующее.

ООО «Верит» обратилось в Арбитражный суд г. Москвы с заявлением о признании недействительным решения Палаты по патентным спорам от 12.11.2004 г. № 200173 3154/50. Данным решени-



© www.istockphoto.com/darkbird77

ем признана частично недействительной регистрация товарного знака со словесным обозначением «Компропат.ru», а также исключены из перечня товаров и услуг, указанных в свидетельстве на товарный знак № 233709, товары и услуги 16, 35, 38, 41, 42 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

Решением Арбитражного Суда г. Москвы от 01.04.2005 г. в удовлетворении заявленного требования отказано.

Постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда от 07.06.2005 г. решение оставлено без изменения.

Федеральный арбитражный суд Московского округа постановлением от 31.08.2005 г. указанные судебные акты отменил, заявленное требование удовлетворил.

В заявлении, поданном в ВАС РФ о пересмотре в порядке надзора постановления суда кассационной

инстанции, Палата по патентным спорам просит его отменить, поскольку судом было допущено неправильное толкование и применение норм действующего законодательства.

В отзыве на заявление ООО «Верит» просит оставить указанное постановление в силе как соответствующее действующему законодательству.

*С точки зрения автора статьи, особого внимания заслуживают обозначения, оскорбляющие религиозные чувства верующих*

Проверив обоснованность доводов, изложенных в заявлении, отзыве на него и выступлениях присутствующих в заседании представителей участвующих в деле лиц, Президиум посчитал, что оспариваемый судебный акт подлежит отмене.

Президиум пришел к выводу, что товарный знак «Компромат.ru» содержит элемент, противоречащий принципам гуманности и морали, поскольку такое обозначение указывает на информацию, порочащую деятельность и репутацию иных лиц [4, с. 171–174].

Таким образом, в приведенном выше деле Президиум ВАС РФ в итоге пришел к выводу, что спорное словесное обозначение указывает на информацию, порочащую деятельность и репутацию иных лиц. А распространение такой информации может оскорбить достоинство тех лиц, чью деятельность и репутацию она порочит, и, следовательно, такое обозначение противоречит принципам гуманности и морали по причине того, что оно оскорбляет человеческое достоинство.

С точки зрения автора статьи, особого внимания заслуживают обозначения, оскорбляющие религиозные чувства верующих. При решении вопроса о ре-

гистрации в качестве товарных знаков обозначений, содержащих в себе религиозные термины или символы, следует определить, способны ли они оскорбить чувства верующих, а это бывает очень сложно сделать.

Например, в юридической литературе отмечается, что использование церковной символики для размещения ее в качестве знака обслуживания на игорных заведениях может быть признано противоречащим принципам морали, оскорбляющим религиозные чувства [5, с. 505].

В приведенном выше случае речь идет об обозначениях, которые не сами по себе оскорбляют чувства верующих: содержащие в себе религиозную символику обозначения оскорбляют чувства верующих из-за вида услуг, для которых данные обозначения заявляются на регистрацию в качестве товарных знаков. Действительно, если религиозная символика будет использована в качестве товарного знака для игорных заведений, то верующими людьми это может быть расценено как намек на то, что религиозная организация, прихожанами которой они являются, либо святые, которых они почитают, имеют какое-либо отношение к азартным играм, что, несомненно, может оскорбить их религиозные чувства.

В пункте 4 Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений<sup>10</sup> содержится указание на необходимость учитывать чувства верующих, а также приводятся следующие примеры. Так, чувства православных христиан могут быть оскорблены регистрацией обозначения «ВЕЛИКИЙ ПОСТ» для товара «контрацептивные средства», обозначения «ИСПОВЕДАЛЬНАЯЯ» для товара «водка», а чувства мусульман – регистрацией обозначения «ГУРАМ – БАЙРАМ» для товара «мясные консервы из свинины».

Таким образом, в приведенных выше примерах словесные обозначения с религиозной семантикой также приобретают оскорбительный характер в отношении чувств верующих в зависимости от видов товаров, для которых они заявляются на регистрацию в качестве товарных знаков.

<sup>10</sup> Рекомендации по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений [Электронный ресурс] // URL: <https://sudact.ru/law/prikaz-rospatenta-ot-23032001-n-39-ob/rekomendatsii-po-otdelnym-voprosam-ekspertizy/> (дата обращения 07.12.2019).

В юридической литературе относительно этого разъясняется, что подобных примеров не так много, и, кроме того, некорректность использования слов с религиозной семантикой в таких случаях достаточно очевидна [6, с. 29].

Но довольно часто имеют место случаи, когда на регистрацию в качестве товарных знаков, в частности, для алкогольной продукции, заявляются словесные обозначения с религиозной семантикой. При этом сам факт того, что эти обозначения используются для маркировки алкогольной продукции, не содержит очевидной возможности оскорбления чувств верующих.

В частности, в юридической литературе на этот счет отмечается, что некорректность использования в качестве товарных знаков слов с религиозной семантикой не является очевидной в случаях применения словосочетания «Старая молитва» и других аналогичных обозначений в названии алкоголя (в особенности вин, которые, к слову, используются даже при совершении религиозных обрядов).

Также отмечается, что в отношении алкогольных напитков ведомством уже регистрировались такие товарные знаки, имеющие религиозное значение, как «Семь таинств» (свидетельство № 246641), «Монастырская часовня» (свидетельство № 191023), «Тибетский монах» (свидетельство № 251414), «Монах» (свидетельство № 172290), «Старый монах» (свидетельство № 186190), «Монастырские традиции» (свидетельство № 179377), «Завет монаха» (свидетельство № 260594), «Свято-Троицкая Сергиева Лавра» (свидетельство № 173565), «Мадонна» (свидетельство № 205772) и другие [6, с. 29].

Для сравнения следует отметить, что в США было отказано в регистрации словесного обозначения «MADONNA» в качестве товарного знака для вин по причине оскорбления чувств верующих [2, с. 100]. Видимо, в американском обществе несколько другое отношение к взаимосвязи вина с религиозными обрядами.

В юридической литературе при анализе практики отказа в регистрации в качестве товарных знаков обозначений, содержащих религиозные элементы, отмечается, что в ряде случаев ни ФИПС, ни Пала-

той по патентным спорам, ни судом не принимались во внимание даже прямо противоположные высказывания представителей православной церкви, излагавшиеся в письмах к определенным заявкам.

Аргументировано это было тем, что:

- они выражают точку зрения одного лица, а не группы людей;
- это лицо является приверженцем только одного религиозного направления и к тому же не обладает необходимыми познаниями в области товарных знаков;
- такие письма не могут рассматриваться как мнение различных конфессий;
- заявителем не доказано, что использование заявленных обозначений будет вызывать у верующих «исключительно положительные эмоции» и т. п.

Далее на этот счет разъясняется, что такие доводы вызывают целый ряд возражений.

Прежде всего думается, что при неясности ситуации не заявитель, а ФИПС и Палата по патентным спорам, принимающие властные решения, должны иметь подтверждение своей правоты.

Кроме того, лицо, имеющее духовный сан, компетентно в вопросах религии и веры, а потому его утверждения являются более весомыми, чем предположения экспертов государственного учреждения. Поэтому утверждения духовного лица не только должны быть приняты во внимание, но и вполне могут стать решающим аргументом в пользу регистрации товарного знака при отсутствии у Роспатента прямых доказательств ее недопустимости.

Также нужно сказать, что православие – это не просто одна из разновидностей вероисповедания, но и самое распространенное и массовое религиозное направление в России, поэтому мнение духовного православного лица, как правило, отражает мнение большого слоя населения – православных верующих. Что касается глубоких знаний о товарных знаках, то для ответа на вопрос, будут ли оскорбительны чувства людей, исповедующих

определенную религию, таких знаний не требуется. Достаточно понимания того, что представляет собой данный объект интеллектуальной собственности [6, с. 29–30].

Автор считает, что с данным мнением следует согласиться.

Действительно, представитель духовенства в любом случае является лицом, более компетентным в вопросах религии и веры, чем эксперт государственного учреждения, и, соответственно, его мнение относительно того, будет ли то или иное заявляемое на регистрацию обозначение оскорбительным для чувств верующих, должно признаваться вполне весомым аргументом. Также следует согласиться с тем, что в российском обществе, несмотря на его многоконфессиональность, православное христианство является наиболее распространенным верованием, что также свидетельствует в пользу того, что при возникновении такого рода вопросов мнение представителей православного духовенства является весомым аргументом.

Разумеется, вышеприведенные рассуждения относятся к случаям, когда заявляется на регистрацию обозначение, содержащее в себе религиозные элементы, относящиеся к христианским верованиям. Если же в спорном обозначении присутствуют элементы, относящиеся к другим верованиям, следует принимать во внимание мнение духовных лиц соответствующего вероисповедания. Например, если в заявляемом на регистрацию обозначении присутствуют слова «Намаз», «Хадж», «Аллах», то для того чтобы определить, могут ли такого рода обозначения оскорбить чувства верующих, следует обратиться к мнению представителей исламского духовенства. Если же на регистрацию заявляются обозначения, содержащие такие слова, как «Тора», «Танах», «Талмуд», «Шаббат» либо, к примеру, изображения раввина или еврея, занятого молитвой, то для решения вопроса, может ли такое обозначение оскорбить чувства верующих, следует обратиться к мнению представителей иудейского духовенства.

Также в пункте 37 Правил среди обозначений, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали, выделяются слова, написание которых нарушает правила орфогра-

фии. Причем там не говорится, что имеется в виду именно орфография русского языка и именно современная орфография. Это означает, что если на регистрацию в качестве товарного знака заявляется словесное обозначение в виде иностранного слова или словосочетания и при экспертизе заявки будет выявлено явное нарушение правил орфографии, принятых в этом языке, в регистрации такого обозначения в качестве товарного знака следует отказать.

Но в то же время, по мнению автора статьи, не должно быть отказано в регистрации обозначений, которые представляют собой слова, написанные в соответствии с ранее действовавшими правилами орфографии.

Например, Э. П. Гаврилов приводит в качестве примера такие товарные знаки: «Коммерсантъ», «Россія», «Полуклиника». Данный автор утверждает, что такие знаки не противоречат общественным интересам и принципам морали, а являются словесно-изобразительными знаками [7, с. 9–10].

Относительно именно приведенных знаков можно согласиться с точкой зрения вышеуказанного автора. Знаки «Коммерсантъ» и «Россія» представляют собой слова, написанные в соответствии с правилами орфографии русского языка, которые были приняты в дореволюционной России. Что же касается знака «Полуклиника», то здесь мы имеем дело с обозначением, относящимся к словам так называемой народной этимологии, которые использовались в XIX веке и в более ранние исторические периоды в устной и письменной речи, в том числе и в литературе.

То есть в приведенных примерах используются слова в исторических звучаниях, что делает их более оригинальными. Поэтому следует согласиться с тем, что такие знаки относятся к комбинированным словесно-изобразительным знакам.

Но если же, например, подается заявка на регистрацию в качестве товарного знака для услуг по изготовлению ключей и установке замков словесного обозначения «Два ключика, два замочка» или «Ключики-замочки», то следует полагать, что в регистрации такого обозначения должно быть отказано,

так как здесь имеет место явное нарушение орфографии русского языка. Или, например, если в заявленном на регистрацию обозначении содержатся слова «капченые калбаски», то в таком случае также имеет место явное нарушение правил орфографии русского языка и, следовательно, в регистрации такого обозначения также должно быть отказано. Такого рода обозначения, несомненно, могут привлечь внимание потребителей к товарам и услугам, для которых они заявляются, но при этом они дают пример безграмотности, в особенности для несовершеннолетних. Поэтому такого рода обозна-

чения, несомненно, противоречат общественным интересам и принципам морали.

Наличие словосочетания «в частности» в тексте нормы, предусмотренной пунктом 37 Правил, свидетельствует о том, что содержащийся в данной норме перечень обозначений, относящихся к противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, не является исчерпывающим. Следовательно, таковыми могут признаваться и обозначения, не указанные в данном перечне. ■

*(Продолжение следует)*

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: АЗЪ, 1994.
2. Мельников В.М. Товарные знаки за рубежом в канун 21 века. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2002.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая. Постатейный научно-практический комментарий. – М, 2007.
4. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 15736/05 // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. – 2006. – № 7.
5. Китайский В.Е. Экспертиза объектов патентного права и средств индивидуализации. – М.: Издатель Мархотин П.Ю, 2014.
6. Андрущак Г.Н. Противоречие общественным интересам: действительность или домысел? // Патентный поверенный. – 2007. – № 4.
7. Гаврилов Э.П. Обозначения, не охраняемые как товарные знаки: комментарий к статье 1483 ГК РФ // Патентный поверенный. – 2008. – № 1.

### Перечень ошибок, замеченных в журнале.

Краснова С.А. Компенсация за нарушение исключительных прав: казнить нельзя помиловать? // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2019. – № 9.

На стр. 27 было: «а в 2018 году – 285 дел о возмещении убытков и всего одно о взыскании компенсации». Следует читать: «а в 2018 году – 285 дел о взыскании компенсации и всего одно о возмещении убытков».

## Новые цифровые сервисы Роспатента начнут работать в мае 2020 года

*Об этом заявил заместитель руководителя ведомства Юрий Zubov, выступая на коллегии Роспатента. Замруководителя федеральной службы рассказал об основных этапах модернизации сервисов ведомства и выполнении Роспатентом реализации национальной программы «Цифровая экономика».*

Онлайн регистрация программ для ЭВМ, онлайн передача прав на объекты интеллектуальной собственности (ОИС) и новый поисковый сервис с возможностью подключения сторонних систем других государственных структур и частных компаний будут готовы к эксплуатации в мае 2020 года. Детали разработки новых сервисов и старт работы прототипов обсудят на совещании с исполнителями контрактов – крупнейшими отечественными IT-компаниями в конце декабря текущего года.

**Юрий Zubov** особо подчеркнул, что новые сервисы станут дополнительным стимулом к развитию патентной активности и активизации оборота прав на ОИС. Совещание пройдет с участием руководителя ведомства **Григория Ивлиева**, который провел сегодняшнее заседание Коллегии.

Заместитель руководителя Роспатента **Любовь Кирий** рассказала, как ИС представлена в Основных направлениях деятельности Правительства: предусмотрен общий рост патентной активности, выход на пятое место в мире по числу заявок в ключевых областях научно-технологического развития, достижение показателя в 4000 международных РСТ-заявок ежегодно. ОНДП предусматривают создание 35 центров трансфера технологий и не менее 300 зарегистрированных наименований мест происхождения товаров (НМПТ).

**Любовь Кирий** обратила внимание Коллегии, что достижение таких показателей возможно только при выполнении главного пункта – увеличения числа специалистов в сфере ИС, развитии образовательных и просветительских программ. ОНДП предусматривает подготовку не менее 5000 специалистов ежегодно. Рассказав о принятии закона о географических указаниях (ГУ), замруководителя подчеркнула, что вслед за участием в Мадридской системе международной регистрации товарных знаков и Гаагской системе

международной регистрации промобразцов, Россия готова к участию в Лиссабонской системе международной регистрации НМПТ и ГУ.

**Андрей Солонович**, руководитель Управления контроля, надзора и правовой защиты интересов государства Роспатента, в жестком ключе отметил нерациональный подход государственных заказчиков и исполнителей государственных контрактов к правовой охране результатов интеллектуальной деятельности (РИД), разобрал типичные ошибки при учете РИД, а также недостатки внедрения технологий двойного назначения в гражданских отраслях, их коммерциализации.

Обращение к инструментам углубленной патентной аналитики, технологическому консалтингу, анализу стратегий патентования может стать для российских высокотехнологичных компаний и корпораций надежным ориентиром при разработке новейшей продукции, инвестициях в технологии, использовании инструментов ИС при выходе на зарубежные рынки, – подчеркнул глава Проектного офиса ФИПС **Олег Ена**. Их использование в государственном секторе и частных компаниях должно быть закреплено в национальной стратегии развития интеллектуальной собственности.

Решение Коллегии ведомства будет опубликовано на сайте Роспатента. Полная запись заседания, включая выступления представителей Евразийского патентного ведомства, Министерства науки и высшего образования, Министерства экономического развития, Национальной ассоциации трансфера технологий (НАТТ), компании Ростелеком, крупнейших патентных поверенных и общественных организаций, доступна по адресу: <https://rupto.ru/ru/sourses/multimedia/video/kollegia-10122019>. ■

*Источник: Роспатент*

## VI Конгресс «Инновационная практика: наука плюс бизнес»

10 декабря 2019 года в Москве состоялся VI Конгресс «Инновационная практика: наука плюс бизнес», организаторами которого выступили компания «Иннопрактика» и МГУ имени М.В. Ломоносова.



Пленарное заседание Конгресса

В работе VI Конгресса приняли участие более 1400 человек, среди них первые лица и ведущие специалисты государственных структур, крупных российских корпораций, фондов развития, инвестиционных компаний, представители вузов, научно-исследовательских институтов и высокотехнологичных российских организаций.

Параллельные сессии Конгресса были представлены в формате четырех отдельных территорий, на которых прошло обсуждение различных аспектов формирования ценностной матрицы человека, которая оказывает влияние на всю его дальнейшую жизнь.

HR-территория была посвящена обсуждению трансформации системы образования в соответствии с запросами рынка труда. В рамках Территории технологического предпринимательства участники сессий обсудили механизмы продуктивного взаимодействия быстрорастущих российских МСП с другими участниками инновационной экосистемы. Территория науки, культуры и спорта собрала представителей этих сфер для обсуждения новых возможностей развития «умного спорта» в стране и передачи культурного кода подрастающему поколению. В рамках Конгресса также работала Молодежная территория, которая предоставила школьникам возможность

в увлекательном игровом формате понять, что такое культурный код и как традиции и ценностные ориентиры влияют на коммуникации и принятие решений в процессе сотрудничества.

Пленарное заседание «Культурный код экономики: все мы родом из детства» открыла театральная постановка с известным актером **Андреем Соколовым**. Она заставила задуматься о формах взаимодействия человека и робота в новых технологических реалиях. Далее затронутая тема отразилась в выступлениях всех участников мероприятия.

В рамках деловой части пленарного заседания генеральный директор, директор по организационному развитию и управлению персоналом «Яндекс» в России **Елена Бунина**, министр просвещения Российской Федерации **Ольга Васильева**, заместитель Председателя Правительства Российской Федерации **Ольга Голодец**, председатель правления, генеральный директор ПАО «Газпром нефть» **Александр Дюков**, губернатор Томской области **Сергей Жвачкин**, министр науки и высшего образования Российской Федерации **Михаил Котюков**, губернатор Рязанской области **Николай Любимов**, губернатор Нижегородской области **Глеб Никитин**, министр сельского хозяйства Российской Федерации **Дмитрий Патрушев**, ректор МГУ имени М.В. Ломоносова, академик **Виктор Садовничий**, помощник Президента Российской Федерации, председатель Попечительского совета Российского научного фонда **Андрей Фурсенко**, поделились мнениями о том, как формируются ценности и каким образом влияют на этот процесс семья, школа, вуз, когда закладывается основной пакет ценностей и как они соотносятся с общечеловеческими. Дискуссию модерировала первый заместитель генерального директора «Иннопрактики» **Наталья Попова**.

В своем выступлении **Ольга Голодец** отметила, что передача ценностной парадигмы из поколения в поколение не подвержена существенным изменениям на протяжении веков. В этом смысле не стоит сильно беспокоиться и относительно детей цифровой эпохи: «Совместно создавая конструктивный контент, работая с детьми, окружая их родительской любовью и позитивной средой, мы тем самым прививаем им вечные ценности, к чему, собственно, и стремимся».

Особую роль педагогов в этом процессе подчеркнула министр просвещения **Ольга Васильева**: «Именно педагоги в первую очередь должны быть носителями общечеловеческих ценностей и передавать их новым поколениям, а также помогать детям осознать, что в современном мире учиться нужно на протяжении всей жизни и быть готовыми отвечать на постоянно меняющиеся вызовы общества».

По мнению **Андрея Фурсенко**, школа – это один из ключевых институтов, формирующих личность человека, но представление о ней как о месте, где ученика только заставляют, твердя ему «ты должен», уходит в прошлое. Именно школа дает первый бесценный опыт осознания ответственности за себя и за коллектив. «Новое цифровое поколение не хуже предыдущего, просто оно другое, – заметил Андрей Александрович, – Его представители с трудом воспринимают приказы и императивы, будучи настроенными на партнерские отношения даже с педагогами. Исходя из этого, старшему поколению нужно научиться именно в таком ключе объяснять им все новое, что и будет представлять для них ценность».

В свою очередь, **Михаил Котюков** отметил, что система образования должна соответствовать запросам рынка труда, необходим разумный баланс между фундаментальными знаниями, которые дает вуз, и потребностями работодателей: «Во всем мире перед системой высшего образования стоят схожие задачи – найти и соблюсти баланс между базовыми знаниями, фундаментальными профессиональными компетенциями и возможностью уже в университетской среде принимать различные практические решения. Все это требует умения быстро меняться, адаптироваться, оперативно формировать команды, расширять сферу компетентности, реагируя на внешние изменения среды. Выпускники вузов должны осознавать, что для дальнейшей востребованности и конкурентоспособности в профессии полученного образования им, скорее всего, будет недостаточно и в течение жизни придется еще учиться и овладевать новыми компетенциями».

Одним из вызовов современности является развитие технологий искусственного интеллекта (ИИ). «Компании, которые хотят быть успешными, должны активно искать возможности для технологиче-



Пленарное заседание Конгресса

ского развития, меняться, запуская одновременно процессы культурной, операционной и цифровой трансформации. При этом не стоит бояться неудач: любая ошибка – это своего рода полезный опыт, еще один шаг в развитии. И история всех успешных компаний – это, в числе прочего, история их ошибок», – отметил глава «Газпром нефти» **Александр Дюков**.

Ректор МГУ **Виктор Садовничий** уверен, что в скором времени изменится само понятие профессии: «Появятся новые профессии на стыке естественных и гуманитарных наук, и вузы должны оперативно реагировать на эти запросы, адаптируя к ним свои программы обучения».

На культурологический аспект развернутой в настоящее время мировой гонки за лидерство в создании ИИ обратил внимание **Глеб Никитин**: «Искусственный интеллект самообучаем и вскоре будет принимать решения в самых разных сферах, например в HR, с учетом различных данных о соискате-

лях на должность, их активности в сети. Принципы, на основе которых принимаются решения, будут включать и ценности в нашем привычном понимании. Мы видим, что принципы управленческих решений в разных культурах разные. Считаю, что в ИИ может быть заложен национальный культурологический аспект, обусловленный историей большого пути, пройденного каждым из народов».

Рязанский губернатор **Николай Любимов** отметил изменения, которые под влиянием современных технологий происходят в аграрном образовании: «Цифровые компетенции востребованы, поскольку в поля выходит все больше современной техники, пилотируемой через Интернет. Благодаря государственной поддержке наши агровузы оснащаются новейшим оборудованием, о котором раньше приходилось только мечтать».

«Сегодня система образования вынуждена постоянно трансформироваться в соответствии с запросами рынка, – заявил **Дмитрий Патрушев** на пленарном



Ректор МГУ имени М.В. Ломоносова, академик Виктор Садовничий, помощник Президента Российской Федерации, председатель Попечительского совета Российского научного фонда Андрей Фурсенко

заседании. – Аграрные вузы готовы вводить новые специальности, которые обеспечат выпускникам востребованность в профессии».

**Елена Бунина** нарисовала картину «идеальной школы будущего», где ИИ помогает и детям, и педагогам, но ни в коей мере не выступает источником ценностей: «Совершенно точно он не сможет заменить собой творческое начало человека, физический мир и живое общение, да и в возможности роботов искренне смеяться и по-настоящему сопереживать верится слабо. Человек все равно останется в центре этой картины».

Процесс трансформации ценностей под влиянием новейших технологий, безусловно, идет, при этом меняется скорее форма, нежели содержание, и на вызовы времени нужно отвечать адекватно: «Чем масштабнее процессы цифровизации, тем больше внимания должны уделять педагоги формированию у учеников общечеловеческих ценностей, помогать детям развивать в себе творческую личность. Именно человек должен писать законы для роботов, а не наоборот», – считает **Сергей Жвачкин**.

Подводя итоги пленарного заседания, **Наталья Попова** сказала, что уже скоро человек не сможет сравниться с искусственным интеллектом в объеме хранимой информации и скорости ее обработки, но этого и не требуется: «На первый план выйдут такие конкурентные преимущества, как креативность, умение нестандартно мыслить. И вся образовательная система должна помочь взрастить по-настоящему творческую личность».

В рамках дискуссионного клуба «Школьное образование как флагманское направление развития общества» помощник Президента Российской Федерации **Андрей Фурсенко**, выступив в роли модератора, отметил, что именно школа играет ключевую роль в формировании будущей востребованности человека. Он поделился с участниками яркой цитатой: «Инновационную экономику формируют ребята с одного двора». В ней заложена мысль о необходимости развития сообществ, которые в дальнейшем смогут стать драйверами развития страны.

В течение всех мероприятий VI Конгресса «Инновационная практика: наука плюс бизнес» работала Территория достижений – выставочная площадка, гости которой смогли протестировать платформу для оценки и развития эмоционально-интеллектуальных ресурсов, диагностический комплекс профорientации «ОКЕАН», систему диагностики параметров внимания «СИРИН».

В рамках выставки также были представлены проекты молодых инноваторов – школьников Университетской гимназии МГУ, Воздушно-инженерной школы МГУ и участников проекта «ЛАНАТ». Кроме того, российские производители продемонстрировали инновационное оборудование для школ и университетов с использованием VR- и блокчейн-технологий, а также программно-аппаратный комплекс для выявления имеющейся у детей предрасположенности к занятию определенными видами спорта. ■

*Источник: VI Международный конгресс «Инновационная практика: наука плюс бизнес»  
Фото: VI Международный конгресс «Инновационная практика: наука плюс бизнес»*



## Дорогие читатели! Не забудьте оформить подписку!

Как и прежде, существует два основных способа подписаться на журналы «Интеллектуальная собственность»:

- 1 Через каталоги агентств-распространителей (оформление в почтовых отделениях связи)
- 2 Напрямую через Редакцию, чьим трудом создаются журналы (выставление счета)

Средняя цена годовой подписки на момент 2018 года колебалась от отпускной цены Редакции до 18 000 рублей (корпоративная подписка через некоторые агентства).

**Сегодня ситуация в корне изменилась:**

# Сэкономьте до 40% Как?

**Оформите сегодня подписку на 2020 год (12 номеров)  
по отпускной цене редакции:**

**12 600 руб.**  
(традиционная версия)

**10 200 руб.**  
(электронная версия в PDF)

Теперь осталось принять присущее вам рациональное решение. Вы можете оформить подписку уже сейчас! Присоединяйтесь к сообществу ведущих специалистов в области интеллектуальной собственности!

К тому же сейчас есть отличный повод сэкономить деньги вашей организации!

Просто переверните страницу и передайте этот счет вашему главному бухгалтеру!

**Это самый удобный и экономичный способ подписки, который существует на данный момент.**

Также вы можете за считанные минуты скачать любые номера изданий «ИД» в нашем интернет-магазине на сайте [www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru), оплачивая любым удобным для вас способом, в том числе – пластиковой картой.

**счет на подписку  
на оборотной стороне** →



Почтовый адрес: 115035, Москва г, А/Я 66

ПАО «МИНБАНК» г. МОСКВА	БИК	044525600
Банк получателя	Сч. №	30101810300000000600
ИНН 7706057851   КПП 774301001	Сч. №	40702810500020000706
ООО "Издательский Дом "ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ПРЕССА"		
Получатель		

### Счет на оплату № 88/Ж от 01.01.2020 г.

Поставщик: ИНН 7706057851, КПП 774301001, ООО "Издательский Дом "ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ПРЕССА",  
127299, Москва г., Космонавта Волкова ул., дом № 9/2, кв. 52, тел.: (495) 959-33-24, (499) 238-93-07,  
(499) 230-18-05, факс: (495) 959-33-24, (499) 238-93-07, (499) 230-18-05

Покупатель:

№	Товар	Кол-во	Ед.	Цена	Сумма
1	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 1, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
2	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 2, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
3	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 3, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
4	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 4, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
5	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 5, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
6	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 6, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
7	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 7, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
8	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 8, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
9	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 9, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
10	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 10, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
11	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 11, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00
12	Ж-л "ИС. Авторское право и смежные права" № 12, 2020 г.	1	шт	1050,00	1050,00

Итого: **12 600,00**

НДС не облагается

Всего наименований 12, на сумму 12 600,00 руб.

Двенадцать тысяч шестьсот рублей 00 копеек

Просьба при оплате счета в платежном поручении указывать адрес доставки.

Руководитель

*Терентьева Н. Г.*

Терентьева Н. Г.

Бухгалтер

*Богатова Е. Г.*

Богатова Е. Г.



Для оплаты подписки просто вырежьте счет и передайте вашему бухгалтеру.

Также вы можете подписаться на электронную версию журнала и скачивать номера в нашем интернет-магазине на сайте [www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru), оплачивая любым удобным для вас способом, в том числе – пластиковой картой.

**Стоимость подписки:**  
**10 200 руб.**  
(электронная версия в PDF)

# Подписные агентства наших журналов



## ФГУП «Почта России»

131000, **Москва**,  
Варшавское ш., д. 37  
тел.: +7 (495) 956-20-67 доб. 2338  
[www.russianpost.ru](http://www.russianpost.ru)  
(подписка онлайн)



## Агентство «Пресса-подписка»

236040, **г. Калининград**,  
ул. Подполковника  
Иванникова, д. 3а  
тел.: (4012) 53-50-81, 46-02-73  
<http://www.podpiska39.ru>



## Агентство «РОСПЕЧАТЬ»

123995, **Москва**,  
пр. Маршала Жукова, д. 4  
тел.: +7 (495) 921-25-50,  
факс: +7 (495) 785-14-70  
<http://www.rosp.ru>



## Агентство «Прессинформ»

Адрес центрального офиса:  
198095, **г. Санкт-Петербург**,  
ул. Зои Космодемьянской, д. 26  
тел.: (812) 337-16-25  
<http://pinform.spb.ru>



## Агентство «Книга-Сервис»

117168, **Москва**,  
ул. Кржижановского, д. 14, корп. 1  
тел.: +7 (495) 680-90-88  
<http://www.akc.ru>



## ООО «Деловая Пресса»

610027, **г. Киров**,  
ул. Воровского, д. 43, 5 этаж  
тел.: (8332) 71-57-57, 71-83-32  
<http://d-pressa.ru>



## Группа компаний «Урал-пресс»

127015, **Москва**,  
ул. Новодмитровская, д. 5А, стр. 4  
тел.: +7 (495) 961-23-62,  
+7 (495) 789-86-36 (37)  
<http://www.ural-press.ru>



## ООО «Деловая Пресса»

625026, **г. Тюмень**,  
ул. Таймырская, д. 72а,  
офис 203  
тел.: (3452) 696-750, 696-540  
<http://d-pressa72.ru>



## ООО «Коммуникационное Агентство Криэйтив Сервис Бэнд»

123112, **Москва**,  
Пресненская набережная, дом 12,  
этаж 44, офис 4405.1, помещение 12  
тел.: +7 (499) 685-13-30,  
+7 (968) 766-15-41  
**E-mail: [JoinUs@csb-agency.ru](mailto:JoinUs@csb-agency.ru)**



## Агентство «Деловая Пресса»

445004, **г. Тольятти**,  
ул. Малахитовая, д. 3, 2 этаж  
(21 кв-л, Автозаводский район)  
тел.: (8482) 68-09-98  
<http://www.a-d-p.ru>

**Уважаемые коллеги!**

Издательский Дом «Интеллектуальная собственность» совместно с Роспатентом подготовил специальный выпуск журнала «Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность», посвященный ежегодной Конференции Роспатента.

Издание выпущено ограниченным тиражом и не распространяется по подписке. Доступно всего 50 экземпляров журнала, которые можно купить через редакцию журналов «ИС». В цифровом формате журнал не распространяется. Спешите приобрести данный спецвыпуск в свою коллекцию!

**СОДЕРЖАНИЕ СПЕЦВЫПУСКА:****ОБРАЩЕНИЕ К ЧИТАТЕЛЯМ**

Приветствие руководителя Роспатента Г.П. Ивлиева

\*\*\*

**ЦИТАТЫ**

\*\*\*

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНФЕРЕНЦИИ РОСПАТЕНТА**

Международные конференции Роспатента: тренды в сфере интеллектуальной собственности от первых лиц – открытый диалог бизнеса, общества и государства

\*\*\*

**БЛИЦ-ОПРОС**

Национальная стратегия развития интеллектуальной собственности

\*\*\*

**ПАТЕНТНАЯ СТАТИСТИКА****А. Суконкин**

Экономическая безопасность России в зеркале патентной статистики

\*\*\*

**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ****Р. Салимов, Е. Королева**

Моделирование социально-экономических систем на основе принципа экономического рывка

**М. Иванова, Е. Томашевская**

Профиль России в проекциях Глобального инновационного индекса

\*\*\*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ****Т. Кузнецова, О. Ушакова**

Просветительская деятельность технической библиотеки по популяризации научно-технической и инновационной деятельности

**О. Неретин**

Образование в области интеллектуальной собственности как ресурс для развития инноваций

\*\*\*

**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ****Т. Эриванцева, Т. Кузнецова, М. Сальников**

Обзор мировых трендов сокращения сроков рассмотрения заявок на выдачу государственных охранных документов на изобретения

\*\*\*

**ФОРУМ «ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ»**

На форуме «Открытые инновации» в 2018 году оценили высокую роль интеллектуальной собственности

Об участии Роспатента в форуме «Открытые инновации – 2019»



# XXIII



## Московский международный Салон изобретений и инновационных технологий

# АРХИМЕД

## 24 - 27 марта 2020

[www.archimedes.ru](http://www.archimedes.ru)

Москва, Россия, Конгрессно-выставочный центр "Сокольники", павильон №2

**Конкурсная программа**

**Презентация высокотехнологичных проектов**

**Международная выставка товарных  
знаков «Товарный знак - Лидер»**

**Международная научно-практическая конференция  
«Актуальные вопросы изобретательской,  
и патентно-лицензионной деятельности»**

**Международная выставка изобретений,  
новых продуктов и услуг**



**Заявки  
на участие  
принимаются до  
20 февраля 2020 года  
105187, г.Москва,  
ул.Щербаковская, д.53, к.В,  
ООО "АрхимедЭкспо",  
e-mail: [mail@archimedes.ru](mailto:mail@archimedes.ru)  
Телефон/факс: +7(495) 366-14-65,  
+7(495) 366-03-44  
[www.archimedes.ru](http://www.archimedes.ru)**



## CONTENTS # 1, 2020

**EVENTS** – Dmitry Medvedev meets WIPO Director

General Francis Gurry

**GOVERNMENT POLICY** – V. Antipin

On shaping up Russia's long-term IP development strategy

**PATENTING** – N. Alisova, Z. Voitsekhovskaya, L. Tsikunova

Multi-aspect classification of technical objects using IPC secondary schemes

**PATENTING RESEARCH** – V. Shvedova, F. Ivanov

Actualization of Russia's state standard for patenting research GOST R 15.011-96

**IP MONETIZATION** –

I. Gvozdetskaya, S. Maikova, D. Okunev

Role of competition research in monetization of IP objects

**TRADEMARKS** – S. Grant

Specifics of registration of trademarks used by retail businesses

V. Klimova

Is it possible to build a unified terminology system these days?

S. Slobodyan

Contradiction to public interests, principles of humanity and morals as reasons for denying state registration of trademark. *Part 1***CALENDAR OF EVENTS** –

Rospatent to launch digital services in May 2020

6th Congress "Innovation Practice: Science Plus Business"

## НАШИ БАНКОВСКИЕ РЕКВИЗИТЫ:

**Получатель:** ООО «Издательский Дом

«ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ»

ИНН 7705044507, КПП 770501001

**Расчетный счет** № 40702810438300103205**Банк получателя:** ПАО Сбербанк России, г. Москва

Кор. счет № 30101810400000000225, БИК 044525225

ОКВЭД 58.14 ОКПО 40310029

ОФИС: г. Москва, Раушская наб., д. 4, офис 416

## АДРЕСА ОБЪЕДИНЕННОЙ РЕДАКЦИИ:

**ПОЧТОВЫЙ АДРЕС:**

115035, г. Москва, а/я 66

Тел.: +7 (495) 959-33-24, +7 (499) 238-93-07,

факс: +7 (499) 230-18-05

E-mail: [pravo@superpressa.ru](mailto:pravo@superpressa.ru)[www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru)**Ведущий редактор:** А.Л. Просветов**Компьютерная верстка:** В.А. Медведев**Корректор:** Н.Н. Стрельцова**Лицензия на шрифты:** © 2015–2020 ParaType **Фото на обложке:** © istockphoto.com/Rawpixel

стр. 2: © www.istockphoto.com/nesharm

© www.istockphoto.com/Vimvertigo

стр. 3: © www.istockphoto.com/Bulat Silvia

Подписано в печать 14.01.2020

Формат издания 64 x 90/8

Печать офсетная. Печ. л. 12,0. Усл. печ. л. 14,0

Тираж 1000 экз.

Зак. № 16-Z-1662. Цена договорная

Отпечатано в типографии «МЕДИАКОЛОР»

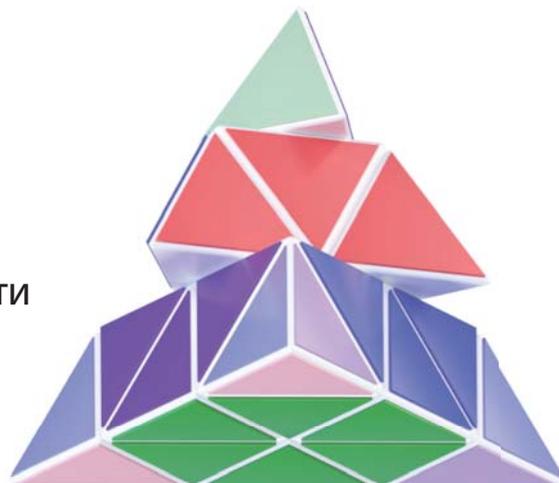
105187, г. Москва, ул. Вольная, 28

## ПОДПИСНЫЕ ИНДЕКСЫ В КАТАЛОГАХ:

РОСПЕЧАТЬ – 70161, ПРЕССА РОССИИ – 83778, ПОЧТА РОССИИ – 12844

# digitalIP

АНО ДПО «Научно-образовательный  
центр интеллектуальной собственности  
и цифровой экономики»



Технологии преобразовали наш мир, предоставили безграничные возможности для общения, самосовершенствования, творчества, ведения бизнеса, решения бытовых проблем. Жизнь во многом переместилась в виртуальную среду, которую создают сегодня не только и не столько IT-специалисты: в этой среде нашлось место практически всем «традиционным» профессиям, но успех в них теперь требует не только классических, но и новых знаний и навыков. Чтобы быть востребованным в современных условиях, специалист должен обладать множеством компетенций на пересечении различных областей, уметь мыслить и принимать решения вне узкопрофессиональных рамок.

Для подготовки профессионалов новой формации создан Научно-образовательный центр интеллектуальной собственности и цифровой экономики (<https://dip.global/obuchenie/>), лицензия на осуществление образовательной деятельности №040455 от 18.11.2019 года.

Научно-образовательный центр интеллектуальной собственности и цифровой экономики в рамках программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки предлагает всем заинтересованным лицам узнать больше о правовом регулировании и тенденциях развития института интеллектуальной собственности и связанных с ним отраслей, о новых инструментах и сервисах учета, охраны, распоряжения, управления и защиты нема-

териальных активов, о регуляторных, технических и этических аспектах таких современных реалий как искусственный интеллект, BigData, LegalTech, FinTech, об их влиянии на все сферы бизнеса и жизни общества. Разобраться в этом и многом другом помогут авторитетные лекторы и специалисты-практики (<https://dip.global/lecturers/>).

Подать заявку на обучение по разработанным и апробированным программам можно на сайте, а также можно заказать обучение «под ключ»: наши специалисты создадут программу для конкретного корпоративного заказчика на основе его индивидуальных потребностей и образовательных запросов.

Научно-образовательный центр интеллектуальной собственности и цифровой экономики готов предложить партнерам специальные условия.

В рамках обучения слушатели получают широкое понимание сферы интеллектуальной собственности в целом, а также ключевые практические навыки в конкретно выбранном направлении.

Одновременно с обучением происходит профессиональное общение в среде, развитие творческого потенциала и адаптация на современном рынке интеллектуальной собственности.

Площадка для обучения находится в самом центре Москвы. График занятий определяется заказчиком.

*Обладание актуальными знаниями в реалиях цифровой экономики –  
важнейшая инвестиция даже не в будущее, а в настоящее!*



## ЖУРНАЛЫ «ИС» НА FACEBOOK!

Общайтесь, следите за новостями и покупайте журналы «ИС» не покидая Facebook! Добавляйтесь к нам в друзья, оставляйте комментарии.

[Подробнее...](#)



[Войти](#)

Категория: [Магазин](#)



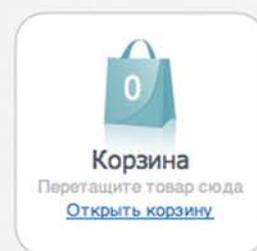
Журналы бумажные



Журналы в PDF

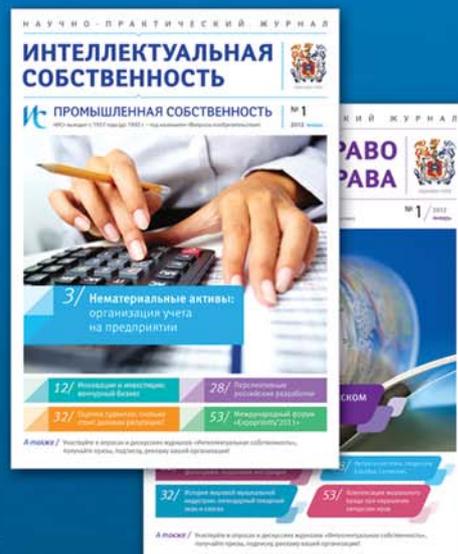


2012 год (подписка)



## Покупайте журналы в интернет-магазине Издательского дома «ИС»!

- ❖ Интернет-магазин на сайте ИД «ИС»
  - ❖ Интернет-магазин на Facebook
- А также:
- ❖ Заказ в редакции и получение по почте
  - ❖ Оплата любым удобным способом, самовывоз заказа из редакции



[www.superpressa.ru](http://www.superpressa.ru)