

Во-вторых, либеральная политика по отношению к трудовым мигрантам нацелена на получение в перспективе на законных основаниях российского гражданства. В демографическом плане Россия получает наиболее квалифицированный родственный социокультурный трудовой потенциал, Беларусь – снижает социальную напряженность с возможной безработицей, трудоустройством менее квалифицированных работников.

Также следует отметить, что белорусско-российский миграционный обмен возвращает из России в Беларусь население старших (пенсионных) возрастов, а в Россию на постоянное место жительства переезжает трудоспособное население в активном репродуктивном возрасте, что негативно сказывается на демографических процессах.

Экономически безопасной и способствующей накоплению человеческого капитала можно считать такую внешнюю миграцию, которая, во-первых, не сокращает трудовой потенциал страны; во-вторых, обеспечивает прирост ее национального богатства за счет рационального использования национальной рабочей силы на различных сегментах рынка труда. При этом необходимо соблюдение условий возвратной миграции работников.

Таким образом, миграция рабочей силы представляет собой сложный, неоднозначный социально-экономический феномен. Ключевыми элементами стратегии миграционной политики Республики Беларусь является сохранение демографического и трудового потенциала, обеспечение трудовыми ресурсами спроса на внутреннем рынке труда.

## **В. В. Наумова**

### **ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРИЗНАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ ОБЩЕИЗВЕСТНЫМИ В БЕЛАРУСИ**

В современном мире производителей и потребителей товаров, работ и услуг значительное место занимают средства индивидуализации участников гражданского оборота – фирменные наименования, товарные знаки и географические указания.

Законом Республики Беларусь от 05.02.1993 г. № 2181-XII «О товарных знаках и знаках обслуживания» установлено, что товарным знаком (ТЗ) считается обозначение, позволяющее идентифицировать товары, работы и услуги одних субъектов от однородных товаров, работ, услуг других лиц. Он может быть словесным, буквенным или цифровым, изобразительным, цветовым, объемным, в т.ч. в форме товара или упаковки и др. Основными функциями ТЗ являются:

- различительная;
- рекламная;
- гарантийная;
- эстетическая.

Для предоставления правовой охраны товарному знаку со стороны государства (действует в течение 10 лет с правом продления неограниченное число раз на этот же срок), его необходимо зарегистрировать в государственном учреждении «Национальный центр интеллектуальной собственности Республики Беларусь» (НЦИС) и получить свидетельство. Это может сделать физическое или юридическое лицо соответственно. Правила указанных действий определены постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28.12.2009 г. № 1719 «Об утверждении Положения о порядке регистрации товарного знака и знака обслуживания и о внесении изменений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь».

Для международной регистрации ТЗ применяется Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков от 1989 г. Действуют также двусторонние (например, Программа сотрудничества между Правительством Республики Беларусь и Всемирной организацией интеллектуальной собственности, 2000 г. и др.) и многосторонние международные соглашения (например, Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г – для Беларуси с 1991 г., Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891 г. – для Беларуси с 1991 г. и др.).

Особого внимания заслуживают общеизвестные ТЗ. Закон Беларуси № 2181-ХІІ устанавливает, что к таковым относят товарные знаки, широко известные и популярные среди потребителей определенных товаров заявителя:

- в определенном секторе общества;
- продолжительностью использования;
- в отдельной местности применения;
- в связи с деятельностью по продвижению ТЗ;
- при использовании в странах мира;
- в виду количества поданных заявок на регистрацию в других государствах;
- в связи с получением статуса общеизвестного ТЗ в зарубежных странах;
- при обобщении результатов опроса потребителей товаров, работ или услуг, проводимых различными обществами и организациями;
- в связи с предоставлением какой-либо иной информации, позволяющей сделать вывод о популярности ТЗ (в процессе дегустаций, конкурсов и др.).

Алгоритм для совершения действий в отношении рассматриваемых товарных знаков регламентирован в постановлениях Государственного патентного комитета Республики Беларусь:

- № 1 от 17.05.2001 г. – Правила подачи жалоб, возражений, заявлений и их рассмотрения Апелляционным советом при патентном органе;
- № 2 от 09.08.2001 г. – «Об утверждении Правил признания товарного знака общеизвестным в Республике Беларусь».

Указанные выше документы устанавливают для владельца срок до шести месяцев со дня поступления от него заявки до получения статуса общеизвестного ТЗ.

Заявление в Апелляционный совет должно содержать исчерпывающую информацию о товарном знаке, включая подтверждающие документы, например:

- качественное графическое изображение ТЗ в пяти экземплярах;
- о ценности представляемого ТЗ;
- о дате начала его использования, перечне населенных пунктов, где товары были реализованы, способах использования;
- о среднегодовом количестве потребителей;
- о положении изготовителя на рынке и др.

Апелляционный совет относительно поданной заявки может принять следующие решения:

- отклонить заявку;
- удовлетворить ее.

Последствиями признания ТЗ общеизвестным является предоставление бессрочной правовой охраны государством с внесением данной информации в специальный перечень и опубликование в официальном бюллетене.

Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г. в статье *bis* определяет, что в регистрации товарного знака будет отказано при установлении фактов тождества, сходства до уровня смешения с уже имеющимся общеизвестным ТЗ.

В настоящий момент общеизвестными в Беларуси признаны 20 товарных знаков, среди которых:

- «*Intel* (с 1991 г.), *Intel inside* (с 1998 г.) – владелец – компания «Интел корпорейшнл» (США);
- *Коммунарка* (с 1994 г.) – СОАО «Коммунарка» (Беларусь);
- *Милавица* (с 1999 г.) – владелец СЗАО «Милавица» (Беларусь);
- *Атлант* (с 1999 г.) – владелец ЗАО «Атлант» (Беларусь);
- *Савушкин продукт* (с 2003 г.) – владелец АОО «Савушкин продукт» (Беларусь);
- *Velcom* (с 2003 г.) – владелец СООО «Мобильная цифровая связь» (Беларусь);
- *Tut.by* (с 2014 г.) – владелец ОАО «Тут бай» (Беларусь) и др.

Все спорные вопросы, возникающие в процессе подачи заявки, регистрации ТЗ, разрешаются Судебной коллегией по делам интеллектуальной собственности Верховного Суда Республики Беларусь.

Таким образом, в настоящее время товарные знаки можно считать рекламным средством предприятия. Действующее законодательство регламентирует признание их общеизвестными как внутри страны, так и за ее пределами. Это указывает на высокие потребительские качества товара, работы или услуги, уровень продаж, популярность среди покупателей (пользователей). Рассматриваемый статус является показателем «кредита доверия» общества и государства к производителю.