

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КРИТЕРИЯ НАРУШЕНИЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

Сурен Григорян

*Аспирант кафедры гражданского права и гражданско-процессуального права
Российско-Армянского университета*

Лицо, товарный знак которого был зарегистрирован Агентством интеллектуальной собственности Министерства экономического развития и инвестиций РА, получает комплекс исключительных прав, в число которых входит право запрещать третьим лицам использовать зарегистрированный товарный знак. Тем не менее, возможность данного запрета имеет определенные пределы.

Точное обозначение данных пределов имеет большое практическое значение как для самого правообладателя зарегистрированного товарного знака, так и для третьих лиц, которые заинтересованы или потенциально могут быть заинтересованы в его использовании.

Вышеуказанные пределы выводятся из правовых норм, в которых указываются инструменты защиты, предоставляемые правообладателю зарегистрированного товарного знака. Подобные правовые нормы содержатся как в пунктах 1, 2 и 3 части 1 статьи 12 ныне действующего Закона РА «О товарных знаках»¹ (далее по тексту: закон РА о товарных знаках или действующий закон о товарных знаках), так и в 3-ей части статьи 4 Закона РА «О товарных знаках и знаках обслуживания, наименованиях мест происхождения товаров»², (далее по тексту: закон РА о товарных знаках, утративший силу) утратившем силу в 2010 г. с принятием действующего закона о товарных знаках.

Часть 3-ая статьи 4-ой Закона РА «О товарных знаках и знаках обслуживания, наименованиях мест происхождения товаров» определяла: *«нарушением исключительного права обладателя товарного знака считается изготовление, применение, ввоз, продажа продукции и ее предложение, а также включение в хозяйственный оборот в иной форме или складирование с той же целью обозначенного этим знаком товара или товарных знаков без его разрешения и осуществления действий, предусмотренных частью первой статьи 22 настоящего Закона. Нарушением исключительного права обладателя товарного знака считается также использование для схожих товаров другого знака, схожего с этим знаком до степени смешения.»* (подчеркивания автора статьи).

Исходя из вышеуказанной нормы закона, становится ясно, что в соответствии с утратившим силу законом нарушение прав на товарный знак имело место, во-первых, в случае, когда третьим лицом **в отношении схожих товаров** использовался идентичный уже зарегистрированному товарный знак – прямое нарушение товарного знака и, во-вторых, когда третье лицо использовало товарный знак не идентичный зарегистрированному, однако имитирующий его.

В случаях, когда речь идет о прямых нарушениях, мы часто имеем дело с подделыванием оригинальных товаров, когда на них размещается копия чужого

¹ Был принят 29.04.2010г., первоисточник СДЗ РА 2010.06.02/24(758),

² Был принят 12.05.1997г. первоисточник СДЗ РА 1997.06.21/14, утратил силу 15.04.2000г.

товарного знака. Такие нарушения легко устанавливаются. В то время, как в случае имитации товарного знака, нарушения не всегда достаточно очевидны¹.

Таким образом, согласно утратившему силу закону критерием определения нарушения прав на товарный знак был критерий **схожести двух конкурирующих знаков до степени смешения**.

Во время действия утратившего силу Закона о товарных знаках понятие «схожесть до степени смешения» раскрывалось в пункте 92 «Приказа об утверждении порядка представления и обсуждения заявок товарных знаков и знаков обслуживания», утвержденного приказом министра РА по торговле и экономического развития² (далее по тексту: порядок представления и обсуждения заявок, утративший силу). Согласно данному пункту: *«знак считается схожим до степени смешения с другим знаком, если он в целом ассоциируется с ним (то есть: у человека возникает **ощущение** восприятия того же изображения, слова, цветов, их комбинации, смысла), несмотря на наличие отдельных различий. В то же время, знаки считаются в целом ассоциирующимися, если основные элементы или их часть совпадают или исполнены таким образом, что при виде одного из них в воображении потребителя возникает представление об ином знаке, с которым он уже сталкивался.»* (подчеркивание автора статьи).

То есть, критерием нарушения права по прежнему законодательству в конечном итоге являлось именно **ощущение**, которое возникало у потребителя.

В 2010 г. был принят Закон РА «О товарных знаках». Как было указано выше, перечень прав, вытекающих из регистрации товарного знака, указан в статье 12 закона. В частности, пункты 1, 2 и 3 части первой статьи 12 соответственно предусматривают: *«правообладатель зарегистрированного товарного знака имеет исключительное право запрещать третьим лицам без разрешения правообладателя использовать в ходе торговой деятельности любое обозначение, которое:*

1) *идентично зарегистрированному товарному знаку и используется в отношении тех товаров и (или) услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак,*

2) *идентично или схоже с зарегистрированным товарным знаком и используется в отношении товаров и (или) услуг, которые идентичны или схожи с товарами и (или) услугами, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, если использование данного обозначения содержит **вероятность возникновения смешения** среди общества, включая – **ассоциацию с зарегистрированным товарным знаком,***

3) *идентично или схоже с товарным знаком, который зарегистрирован в отношении иных товаров и (или) услуг, если последний имеет в Республике Армения добрую репутацию и использование данного обозначения повлечет необоснованные преимущества или нанесет вред различительной способности или доброй репутации товарного знака.»* (подчеркивание автора статьи):

Пункт 2 части 1 статьи 10 Закона РА «О товарных знаках», который устанавливает одно из относительных оснований отказа в регистрации товарного знака предусматривает: *«в качестве товарного знака не подлежит регистрации обозначение, которое идентично или схоже с более ранним товарным знаком, и идентичность или однотипность с товарами и (или) услугами, маркируемыми данным*

1 См.: **Дедков Е.А.**, Вероятность возникновения смешения: многофакторный подход, «Патенты и лицензии», 2014, с. 49.

² Был принят 12.04.2005г., приказ номер 85, первоисточник ВВРА 2005.08.03/19.1, утратил силу 09.12.2010г.

товарным знаком содержит вероятность возникновения смешения среди общества, включая – ассоциацию с зарегистрированным товарным знаком (схожесть до степени смешения)»(подчеркивание автора статьи).

Таким образом, со вступлением в силу Закон РА «О товарных знаках» критерий определения нарушения прав на товарный знак был изменен: критерий **схожести до степени смешения**, был заменен критерием **вероятности возникновения смешения**.

В настоящей статье нами будут рассмотрены вопросы соотношения вышеуказанных двух критериев – **схожести до степени смешения и вероятности возникновения смешения**, будут представлены некоторые проблемы, относящиеся к применению указанных критериев в свете действующего и прежнего законов о товарных знаках и сформированной на их основании практики Кассационного суда РА.

Сперва считаем нужным отметить, что несмотря на тот факт, что через некоторое время после вступления в силу закона РА «О товарных знаках» Правительством РА было принято решение «Об утверждении **порядков** ведения государственного журнала регистрации товарных знаков и предоставления выписок, преобразования коллективного знака или его заявки соответственно с товарным знаком или заявкой товарного знака лица и наоборот, заполнения, представления и рассмотрения заявок товарных знаков, заполнения, представления и рассмотрения заявлений о регистрации лицензий, изменения и денонсирования последних, заполнения, представления и рассмотрения заявлений о продлении срока действия регистрации товарных знаков»¹ (*подчеркивание автора статьи*) (далее по тексту: действующий порядок представления и обсуждения заявок или порядок представления и обсуждения заявок) ни в самом законе, ни в указанном порядке представления и обсуждения заявок не содержится определения понятия **«вероятность возникновения смешения»**.

Однако, в то же время, было несколько изменено и детализировано понятие **«схожести до степени смешения»**.

В частности, в соответствии с пунктом 115 порядка представления и обсуждения заявок: *«товарный знак считается схожим до степени смешения с другим знаком, если он в целом ассоциируется с ним (то есть: у человека (обычного потребителя) возникает **ощущение** восприятия того же изображения, слова, цветов, их комбинации, смысла), несмотря на наличие отдельных различий. В то же время, знаки считаются в целом ассоциирующимися, если основные элементы или их часть совпадают или исполнены таким образом, что при виде одного из них в воображении обычного потребителя (далее: потребитель) возникает представление об ином знаке, с которым он уже сталкивался (знаком, известен ему)»* (*подчеркивание автора статьи*).

Принимая во внимание, что критерий **«вероятность возникновения смешения»** был определен действующим законодательством в качестве основного критерия определения факта нарушения прав на товарный знак, однако сама сущность данного критерия не была раскрыта, считаем нужным обратиться к законодательной и судебной-прецедентной практике зарубежных стран, в которых сущность данного критерия детально раскрывается.

В иностранных англоязычных источниках термину **«вероятность возникновения смешения»** соответствует термин **«likelihood of confusion»**.

¹ Было принято 18.11.2010г., решение номер 1538-Ў, первоисточник СДЗ РА 2010.12.08/61(795)

Вышеуказанный критерий является основным критерием определения нарушения прав на товарный знак в ряде стран западной Европы, в законодательстве которых содержатся регулирования аналогичные регулированиям пунктов 1 и 2 части 1 статьи 12-ой действующего закона РА «О товарных знаках», которые приводились выше. В число данных стран входят: Великобритания¹, Германия², Франция³ и Ирландия⁴.

Законодательство США также устанавливает рассматриваемый критерий в качестве краеугольного, более того, регламентирует критерии проведения оценки, определяющей наличие или отсутствие вероятности возникновения смешения среди общества в отношении двух знаков.

Сущность термина «**вероятность возникновения смешения**» в различных источниках и в целом имеет единообразное толкование. Так, например, Европейский суд в своих решениях определил термин «**вероятность возникновения смешения**» как *наличие риска, что общество может приписать конкретный источник к товарам или услугам, то есть существует риск, что у общества может создаться впечатление, что обсуждаемые товары и услуги исходят от уже им знакомого предприятия или предприятия экономически связанного с ним.*⁵ Центральным элементом нарушения прав на товарный знак является «**вероятность возникновения смешения**» и подлежит рассмотрению вопрос *может ли схожесть знаков вызывать вероятность смешения источников товаров.*⁶ По интерпретации Европейского суда, дела, где констатируется факт вероятности возникновения смешения, есть факт нарушения функции товарного знака по идентификации определенного источника из которого исходят товары и услуги.⁷

Из вышеуказанного следует, что права на товарный знак нарушены тогда, когда он перестает выполнять свою функцию – путем обозначения источника (предприятия) товара или услуги отличать их от товаров и услуг, исходящих из другого источника (предприятия).

В данном случае критерий «вероятности возникновения смешения» представляется нам наиболее верным определяющим инструментом, нежели критерий «схожести до степени смешения», т.к. во втором случае мы, как было отмечено выше, имеем дело с ситуацией, когда у потребителей при виде одного товарного знака возникает **ассоциация** с ему уже ранее знакомым товарным знаком, что в конечном итоге **является всего лишь ощущением**, в то время как в первом случае - случае вероятности возникновения смешения – имеем дело с ситуацией, когда у лица **не просто может возникнуть ассоциация** с уже ему знакомым товарным знаком, а существует реальная вероятность, что потребители будут считать, что они имеют дело с тем же товаром (услугой), что и ранее или же, что данные товары (услуги) исходят из того же источника или источника связанного с ним, при том, что это не соответствует действительности.

В то же время, считаем необходимым констатировать, что, несмотря на то, что в результате вышеуказанных законодательных изменений критерий опреде-

¹ Trademark Act 1994 of United Kingdom 21.07.1994, Article 10.

² Act on the Protection of Trade Marks and other Symbols of Germany 25.11.1994, section 12

³ Intellectual property code of France, Article L811-4.

⁴ Trade Marks Act 1996 of Ireland Article 14.

⁵ Judgment of European court of justice 10 September 2008 in Case T-325/06 Boston Scientific v OHIM – Terumo (CAPIO).

⁶ GOTO.COM, INC. v. WALT DISNEY CO. United States Court of Appeals, Ninth Circuit. Argued and Submitted January 19, 2000.

⁷ Chudomira Dzburkova, Likelihood of confusion: The nature of the criterion of an "independent distinctive role", Sofia University 'St. Kliment Ohridski' Faculty of Law.

ления нарушения был фактически заменен со «схожести до степени смешения» на «вероятность возникновения смешения», тем не менее применение данного критерия на практике может быть проблематичным, по двум основными причинам:

- отсутствие на уровне нормативно - правовых актов определения понятия «вероятность возникновения смешения»,

- неверное определение иерархии и принципов взаимодействия понятий «вероятность возникновения смешения» и «схожест до степени смешения» в решении Кассационного суда номер ЧГ/4241/05/11¹ (далее по тексту: Решение), которое на момент написания данной статьи является единственным решением, в котором данные понятия содержательно анализируются.

- *Отсутствие определения вероятности возникновения смешения*

И во время действия утративших силу закона РА о товарных знаках и порядка представления и обсуждения заявок, и по действующему закону и действующему порядку представления и обсуждения заявок как было указано выше, определяется понятие схожест до степени смешения, однако отсутствует понятие вероятности возникновения смешения.

При этом, значение **насколько возможно** исчерпывающего определения содержания критерия нарушения права на товарный знак едва ли возможно переоценить.

Единственный случай толкования понятия вероятности возникновения смешения приводится в решении Кассационного суда номер ЧГ/4241/05/11.

В указанном решении, понятие «возможности возникновения смешения» раскрывается следующим образом: *«вероятность возникновения смешения существует в том случае, когда имитация подводит потребителя к той мысли, что продукт, индивидуализированный данным товарным знаком, является товаром, произведенным известным ему ранее производителем, что заставляет его или может заставить выбрать не тот товар, который он ищет. При этом, для констатации факта нарушения достаточна «реальная вероятность смешения», а не «фактическое смешение».*

Вышеуказанное определение в целом представляется нам верным, однако в то же время считаем нужным отметить, что явно неверное соотношение понятий «схожест до степени смешения» и «вероятность возникновения смешения» в указанном решении в известной степени ставит под сомнение авторитетность и перспективу полномасштабного применения отдельных, правильных тезисов, которые содержатся в данном решении.

- *Решение Кассационного суда номер ЧГ/4241/05/11*

Первое, что считаем необходимым отметить, это, что события, легшие в фактическую основу рассматриваемого дела (фактические обстоятельства) имели место при действии закона РА о товарных знаках и порядке представления и обсуждения заявок, утративших силу, то есть тогда, когда критерием нарушения прав на товарный знак являлась *схожест до степени смешения*, однако на момент рассмотрения жалобы Кассационным судом в силу уже вступили действующие закон РА о товарных знаках и порядок представления и обсуждения заявок, то есть критерий нарушения был изменен на *вероятность возникновения смешения*.

Принимая во внимание данные обстоятельства, в Решении отмечается, что, т.к. Кассационный суд считает, что решение по делу может иметь важное значе-

¹ Было принято 18.07.2014г., первоисточник СДЗ РА 2014.11.05/59(1072).1

ние для формирования дальнейшей единообразной практики, вопросы, рассматриваемые в рамках Кассационной жалобы, будут рассмотрены также в свете действующего закона РА о товарных знаках и порядка представления и обсуждения заявок.

В пункте 4 Решения указывается: «в данном случае правовая позиция, выраженная Кассационным судом относительно правил определения **схожести до степени смешения** между товарными знаками будет иметь важное значение для формирования однообразной и предсказуемой судебной практики по схожим делам» (подчеркивание автора статьи).

В том же пункте Кассационный суд указал: «Исходя из вышеуказанного Кассационный суд считает нужным обратиться к следующим вопросам

1) гарантий юридической охраны товарных знаков в целом,

2) **правилам определения схожести до степени смешения,**

3) особенностям юридической охраны общеизвестных товарных знаков».

(подчеркивание автора статьи).

Обращаясь к **правилам определения схожести до степени смешения** Кассационный суд указал: «Кассационный суд, принимая во внимание, что в судебной практике наиболее проблемным является вопрос правовой оценки нарушений прав на товарные знаки, проявляющийся в использовании **товарных знаков схожих до степени смешения** {...} Кассационный суд считает необходимым наиболее подробно обратиться к правилам определения **схожести до степени смешения**» (подчеркивания автора статьи).

Далее Кассационный суд заключил: «Кассационный суд считает нужным констатировать, что применением товарного знака схожего до степени смешения является имитирование элементов другого товарного знака, которое хоть и не может быть расценено как использование идентичного товарного знака, однако достаточно для того, чтобы вызвать смешение у потребителя».

Далее, Кассационный суд, анализируя в том числе часть 1 статьи 12 действующего закона, пришел к выводу, что из нее следует, что: «применение товарного знака схожего до степени смешения имеет место тогда, когда для индивидуализации идентичных или однотипных товаров и (или) услуг используется такой товарный знак, который приводит к вероятности возникновения смешения с уже зарегистрированным знаком».

Наконец, в Решении Кассационный суд указал: «на основании вышеуказанного Кассационный суд считает нужным отметить, что для констатации факта использования товарного знака схожего до степени смешения необходимо одновременное наличие 3-х элементов. Данными элементами являются:

1. идентичность или однотипность соответствующих товаров {...},

2. схожесть знаков»,

3. **вероятность возникновения смешения у потребителя** (подчеркивание автора статьи).

Таким образом:

- Кассационный суд констатировал, что суждения и выводы, содержащиеся в Решении, относятся как к ранее действующему законодательству, так и к ныне действующему,

- Кассационным судом в качестве критерия нарушения была принята «схожесть до степени смешения»,

- Кассационный суд фактически указывает, что использования товарного знака «схожего до степени смешения» само по себе достаточно, чтобы вызвать смешение у потребителя,

• Кассационный суд определил *применение товарного знака схожего до степени смешения* как ситуацию, при которой для индивидуализации идентичных или однотипных товаров и (или) услуг используется товарный знак, который приводит к *вероятности возникновения смешения с уже зарегистрированным знаком* и как следствие критерий «вероятность возникновения смешения» (likelihood of confusion) был определен Кассационным судом как один из необходимых элементов для констатации факта использования товарного знака «схожего до степени смешения».

На наш взгляд, вышеуказанные суждения проблематичны с точки зрения действующего законодательства и международной практики, так как противоречат им и, в целом, указанное Решение может скорее оказать медвежью услугу правообладателям товарных знаков, чьи права нарушаются путем имитирования принадлежащих им товарных знаков.

Такая позиция обусловлена тем, что Кассационный суд обозначив свое намерение высказать позицию в свете как законодательства утратившего силу, так и действующего законодательства, тем не менее даже не обозначил, что критерий нарушения со вступлением в силу действующего закона и действующего порядка представления и обсуждения заявок был изменен со «схожести до степени смешения» на «вероятность возникновения смешения», разница между которыми нами была проведена выше.

Отсутствие четкой грани между двумя названными критериями во многом обусловило неверные суждения и выводы Кассационного суда в дальнейшем.

Представляется, что именно в результате этого, Кассационным судом в качестве критерия определения факта нарушения прав на товарный знак был избран критерий «схожести до степени смешения», который на момент вынесения Решения уже не являлся действующим критерием определения нарушения прав на товарный знак.

Неверным на наш взгляд является также суждение Кассационного суда о том, что использования товарного знака «схожего до степени смешения» само по себе достаточно, чтобы вызвать смешение у потребителя. Схожесть до степени смешения, как было указано выше, есть возникновения у потребителя ассоциации с другим товарным знаком, однако сама по себе ассоциация недостаточна для констатации факта нарушения прав на товарный знак. Указанная позиция была закреплена также в решении Европейского суда по делу *Sabel vs Puma*¹. Указанное решение являлось предварительным постановлением, выданным Европейским судом по просьбе Федерального суда Германии. Федеральный суд Германии, рассматривающий дело по существу, отметил неоднозначность формулировки пункта (b) части 1 статьи 4 Первой Директивы Совета 89/14/ЕЕС от 21.12.1988 г. о унификации законодательств государств-членов о товарных знаках (далее по тексту: Директива), а точнее той ее части, где указывается, что вероятность возникновения смешения, включает схожесть до степени смешения с более ранним товарным знаком.

Согласно пункту (b) части 1 статьи 4: «*Товарный знак не подлежит регистрации, а если зарегистрирован – регистрация должна быть признана недействительной, если по причине своей идентичности или схожести с более ранним товарным знаком и идентичности или схожести товаров, или услуг, маркируемых данным товарным знаком, существует вероятность возникновения смешения среди общества, которая включает схожесть до степени смешения с более ранним товарным знаком*» (подчеркивание наше). Как видим, вышеуказанное регулиро-

¹ C-251/95 - SABEL v Puma Judgment of the European Court of Justice of 11 November 1997.

вание схоже с регулированием пункта 2 части 1 статьи 10 и пункта 2 части 1 статьи 12 действующего закона РА о товарных знаках.

Вопрос Федерального суда Германии, адресованный Европейскому суду, заключался в следующем: «вытекает ли из пункта (b) части 1 статьи 4 Директивы, что само возникновение ассоциации у потребителей с более ранним товарным знаком достаточно для констатации факта вероятности возникновения смешения среди общества».

Европейский суд ответил на указанный вопрос следующим образом: *«формулировка «вероятность возникновения смешения, включает схожесть до степени смешения с более ранним товарным знаком», содержащаяся в пункте (b) части 1 статьи 4 Директивы, должна пониматься, что только лишь ассоциация между двумя товарными знаками, которая может возникнуть у общества в результате их семантической схожести сама по себе недостаточна для заключения что существует вероятность возникновения смешения по смыслу требования вышеуказанного правового регулирования» (подчеркивание наше).*

Из заключения Европейского суда следует, что схожесть до степени смешения включена в объем понятия вероятности возникновения смешения, однако не исчерпывает его. Иными словами, такая схожесть сама по себе недостаточна для констатации факта вероятности смешения.

В свете подобного толкования Европейского суда, которое, на наш взгляд, полностью исходит из применимых правовых норм, решение Кассационного суда РА представляется неверным в части, где Кассационный суд указал, что «вероятность возникновения смешения» (likelihood of confusion) является одним из трех необходимых элементов для констатации факта использования товарного знака «схожего до степени смешения».

Данное утверждение Кассационного суда противоречит, как формулировкам пункта 2 части 1 статьи 10 и пункта 2 части 1 статьи 12 действующего закона РА о товарных знаках: *«содержит вероятность возникновения смешения среди общества, включая – ассоциацию с зарегистрированным товарным знаком»*, так и определениям, которые даны данным понятиям в самом решении Кассационного суда и в действующим порядке представления и обсуждения заявок, приведенным выше. Как было отмечено выше, «схожесть до степени смешения» имеет место, когда у потребителя возникает ассоциация с другим товарным знаком, в то время как «вероятность возникновения смешения» имеет место в том случае, когда существует вероятность, что потребитель по причине схожести знаков считает, что предлагаемый ему товар (услуга) является тем же, ранее ему знакомым товаром (услугой), либо исходит из того же источника (производителя, лиц, связанных с ним), что и знакомый ему ранее товар (услуга).

Из вышеуказанных определений становится абсолютно понятно, что в сознании человека фактическое смешение следует за возникновением ассоциации между двумя знаками и нельзя утверждать, что если у потребителя возникает ассоциация между двумя знаками, с необходимостью создастся впечатление, что предлагаемый ему товар (услуга) является тем же, ранее ему знакомым товаром (услугой), либо исходит из того же источника (производителя, лиц, связанных с ним), что и знакомый ему ранее товар (услуга).

Подводя итоги, считаем нужным констатировать, что в результате законодательных изменений в 2010г. был верно определен критерий нарушения прав на товарный знак – «вероятность возникновения смешения». Тем не менее, на уровне нормативно правовых актов не было дано определения, указанному понятию.

Кроме того, нужно учитывать, что вероятность возникновения смешения среди потребителей определяется, принимая во внимание не только идентичность или схожесть товарных знаков и идентичность или схожесть товаров и услуг. Кроме указанных факторов в ряде судебных решений зарубежных стран, в том числе США указывается ряд дополнительных критериев, которые должны или могут учитываться при определении наличия или отсутствия вероятности возникновения смешения.¹

Наконец, предпосылки для неправильного применения норм, содержащих термин «вероятность возникновения смешения» были созданы Кассационным судом в обсуждаемом выше решении.

С целью внесения ясности в вопросы применения критерия «вероятность возникновения смешения» предлагаем внести дополнительный пункт на уровне закона РА о товарных знаках или действующего порядка представления и обсуждения заявок, в следующей редакции: *«вероятность возникновения смешения среди общества (потребителей) существует тогда, когда по причине идентичности или схожести оспариваемого (заявленного на регистрацию) товарного знака и более раннего товарного знака и идентичности или схожести товаров (услуг), маркируемых более ранним товарным знаком, а также в силу иных заслуживающих внимания по каждому спору факторов, у существенного числа потребителей может создаться впечатление, что товар (услуга), маркированный оспариваемым (заявленным на регистрацию) товарным знаком является тем же товаром (услугой), что и товар (услуга), маркированный более ранним товарным знаком, либо что товар (услуга), маркированный оспариваемым (заявленным на регистрацию) товарным знаком, исходит из того же источника (предприятия, предприятия, связанного с ним), что и товар (услуга), маркируемый более ранним товарным знаком».*

ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՆՇԱՆԻ ՆԿԱՏՄԱՄԲ ԲԱՑԱՌԻԿ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ԽԱԽՏՄԱՆ ՉԱՓԱՆԻՇԻ ՈՐՈՇՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

Սուրեն Գրիգորյան

*Հայ-ռուսական համալսարանի քաղաքացիական իրավունքի
և քաղաքացիական դատավարության իրավունքի ամբիոնի ասպիրանտ*

Հոդվածում քննարկվում են ապրանքային նշանի նկատմամբ իրավունքների խախտումը որոշելու չափանիշին վերաբերող հիմնախնդիրները՝ այժմ ուժը կորցրած «Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի և «Ապրանքային և սպասարկման նշանների հայտերի ձևակերպման, ներկայացման և քննարկման կարգը հաստատելու մասին» ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի թիվ 85 հրամանի և ներկայումս գործող «Ապրանքային նշանների մասին» ՀՀ օրենքի և «Ապրանքային նշանների

¹ Polaroid Corporation, Plaintiff-appellant, v. Polarad Electronics Corporation, US Court of Appeals for the Second Circuit - 287 F.2d 492 (2d Cir. 1961), Interpace Corp. v. Lapp, Inc. US Court of Appeals for the Third Circuit - 721 F.2d 460 (3d Cir. 1983).

հայտերի ձևակերպման, ներկայացման և քննարկման կարգը սահմանող» ՀՀ կառավարության որոշման լույսի ներքո:

Կատարված վերլուծությունը մասնավորապես վերաբերում է «շփոթելու աստիճան նմանություն» և «շփոթության առաջացման վտանգ» իրավական եզրույթների բովանդակության և դրանց հարաբերակցության առանձնահատկությունների բացահայտմանը:

THE ISSUES RELATED TO DETERMINATION OF STANDARD TO DECLARE THE EXISTENCE OF AN INFRINGEMENT OF EXCLUSIVE RIGHTS ON TRADEMARK IN RA

Suren Grigoryan

*PhD Student at the Chair of Civil and Civil Procedure Law of
the Russian-Armenian University*

This article discusses the issues concerning standards used to declare the existence of infringement of rights on trademark, on one hand, in the light of the RA Law on trademarks, service marks and geographical names of origin of goods, as well as the order N85 of Minister of Commerce and economic development on the adoption of rules on formation, submission and discussion of applications concerning trademarks and service marks, both of which have lost their force, and on the other hand, in the light of the RA Law on trademarks and the Government decree N1538 of 2010 on adoption of rules on formation, submission and discussion of applications concerning trademarks that are in force currently. The analysis done in this article particularly seeks to disclose the meaning behind legal notions «similarities that may lead to confusion» and «the danger of creation of confusion», as well as the specific relations between those two notions.

Բանալի բառեր – ապրանքային նշան, բացառիկ իրավունք, շփոթելու աստիճան նմանություն, շփոթության առաջացման վտանգ

Key words: *trade mark, exclusive right, likelihood of association, likelihood of confusion*

Ключевые слова: *товарный знак, исключительное право, схожесть до степени смешения, вероятность возникновения смешения*