

Право и международная торговая деятельность



Том ШИЛЛИНГЛОУ,
арбитр Китайской
комиссии по международной
экономики и торговому
арбитражу и Американской
арбитражной ассоциации
lab.kkonkpr@msal.ru
61820, США, Иллинойс,
просп. Шампейн

ВАЖНОСТЬ ПАТЕНТОВ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ: ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

Аннотация. В данной статье рассматривается защита более ценных корпоративных активов. Также представлены оптимальные способы обеспечения такой защиты, создание хорошо организованной и эффективно реализуемой программы разработки проектов.

Ключевые слова: патент, защита, коммерческая тайна, патентная заявка, аналоги.

DOI: 10.17803/2311-5998.2020.66.2.070-080

T. SHILLINGLAW,

Arbiter of the China International Economic and Trade Arbitration Commission and
of the American Arbitration Association
lab.kkonkpr@msal.ru

61820, USA, Illinois, Ave. Champaign

THE IMPORTANCE OF PATENTS IN INTERNATIONAL COMMERCE — A PRACTICAL GUIDE

Abstract. The article focuses on the study of the protection of more valuable corporate assets. It presents the most appropriate ways to provide such protection, to create a well-organized and effectively implemented program of project development.

Keywords: patent, protection, trade secret, patent application, analogues.

Введение

Поскольку в течение последних нескольких десятилетий мы наблюдаем рост международной торговли, а также корреспондирующее ему развитие интеллектуальной собственности в частной сфере, у компаний возникает необходимость обеспечить защиту все более ценных корпоративных активов. Оптимальным способом обеспечить такую защиту является создание хорошо организованной и эффективно реализуемой программы разработки проектов патентных заявок и мониторинга выданных патентов. Иными словами, патент — это «свежая кровь» любой компании, занимающейся высокими технологиями.

Коммерческая тайна

Коммерческая тайна представляет собой более широкую по смыслу категорию корпоративной информации в сравнении с технической интеллектуальной собственностью, которая может найти отражение в потенциальной патентной заявке. К примеру, режим коммерческой тайны охватывает все аспекты деятельности компании (не только интеллектуальную собственность) — маркетинговые планы, список клиентов, ценообразование на продукцию, стратегическое планирование, планы по найму, различные аспекты юридического комплаенса и т.д.

Устойчивость и юридическая значимость коммерческой тайны, безусловно, зависит от ценности интеллектуальной собственности, заложенной в национальном законодательстве каждого конкретного государства. Как отмечается, в целях защиты коммерческой тайны компания предлагает всем своим сотрудникам подписать трудовой договор, две важных части которого предусматривают:

- 1) согласие работника на передачу компании прав интеллектуальной собственности на его открытия или изобретения;
- 2) обязательство не раскрывать конфиденциальную корпоративную информацию (коммерческую тайну) третьим лицам.

Коммерческая тайна, по сути, это то, что компания рассматривает как принадлежащее ей на праве собственности (зачастую, хотя и не обязательно, компания проставляет специальный штамп «конфиденциальности» на документах). Однако, если компания оказалась несостоятельной в обращении с конфиденциальной информацией / информацией, составляющей коммерческую тайну (например, преднамеренно или по неосторожности публично раскрыла такую информацию третьим лицам, в частности в рамках форумов, торговых конференций, во время деловых встреч, бесед с представителями СМИ, в печатных изданиях или каким-либо иным образом), она теряет возможность рассматривать уже раскрытую информацию в качестве конфиденциальной. Самый убедительный с юридической точки зрения способ защиты коммерческой тайны, как правило, не вытекает из внутреннего законодательства, а предусмотрен самой процедурой *due dilligence*, которую проводит компания (надлежащие действия компании по поддержанию режима коммерческой тайны).

Для юристов компании (или юристов, обслуживающих интересы университетов) крайне важно знать о возможных способах защиты коммерческой тайны в конкретном государстве. Безусловно, существуют соответствующие законы (а также общеправовые или гражданско-правовые принципы), предусматривающие правовые основы защиты коммерческой тайны от кражи или иного противоправного изъятия. Если говорить коротко, компания может весьма просто «потерять» правовую защиту, предоставленную коммерческой тайне судебной системой, при условии, что кто-то из сотрудников непреднамеренно (или умышленно) раскроет конфиденциальную информацию третьей стороне. Взаимосвязь коммерческой тайны компании и патентов заключается в том, что, когда происходит обычный ежегодный процесс принятия решения о том, какую категорию интеллектуальной собственности компания планирует запатентовать (как описано выше), интеллектуальная собственность, не включенная в патентную заявку на текущий год, рассматривается компанией в качестве ее коммерческой тайны



и подлежит соответствующей правовой защите. В данном случае положительным моментом является тот факт, что интеллектуальная собственность сохраняется за компанией без ограничения времени действия патента, но только до тех пор, пока в соответствии с действующим законодательством компания продолжает рассматривать данную интеллектуальную собственность как коммерческую тайну.

Патентные заявки

Компания, принимая решение о том, какое открытие или изобретение необходимо запатентовать, хочет не только обеспечить основательную правовую защиту коммерческой тайны, но и извлечь выгоду из законодательной монополии в стране, предоставленной правообладателю на определенное количество лет. Например, в США, речь идет в том числе о Конституции. Причина, почему патенты нашли свое отражение в американской Конституции 1786 г., заключается в том, что «отцы-основатели» намеревались с помощью инноваций обеспечить стремительное промышленное развитие. Патенты обеспечивают правовую защиту новым идеям, которую иным способом предоставить невозможно. Таким образом, патенты служат основным стимулом для физических лиц и компаний создать патентоспособные объекты.

Ключевым фактором для компании или физического лица в решении вопроса о том, какую идею необходимо запатентовать, является убеждение в патентоспособности идеи (т.е. она соответствует критериям новизны, уникальности и неизвестна из предшествующего уровня техники; это означает, что идеи уже существовали в публичном пространстве до подачи патентной заявки). Главное для компании в течение всего процесса патентования — оценить (насколько это возможно), что предполагаемый патентный продукт или процесс соответствует критериям патентоспособности. Данная процедура также дополняется поиском опубликованных материалов, имеющих какое-либо отношение в предполагаемому патентному продукту или процессу, цель которого определить соответствие данного продукта или процесса вышеобозначенным критериям патентоспособности. Иными словами, изобретение (патентная заявка) не должно быть очевидным в свете того, что уже было сделано в данной сфере (очень много факторов позволяют определить такую неочевидность). Если случайно два или более заявителя работают над одной и той же по содержанию патентной заявкой, первый, кто подаст такую заявку, имеет приоритет перед последующими заявителями. Таким образом, дата ее подачи имеет важное значение.

Если же потенциальный патент исходит от отдельного изобретателя или недавно созданной небольшой компании, такие заявители не столкнутся с распроданным препятствием для большинства крупных компаний — приоритетом того, какие идеи, разработанные компанией, подлежат патентованию и, таким образом, требуют первостепенного внимания. Вероятно, в рамках ежегодного бюджетного процесса некоторая сумма выделяется для получения патентов — данная процедура предполагает участие бизнесменов и патентных юристов (бизнесмены разъясняют патентным юристам стратегию разработки продукта компании в ближайшем будущем и связанные с ней маркетинговые акции).

В рамках процедуры приоритеты в подаче заявок согласуются заранее, поэтому патентные юристы могут ранжировать свои действия в порядке необходимости их осуществления. Обычным делом является ежемесячное рассмотрение бизнесменами и патентными юристами опубликованной (известной) информации о текущих изобретениях, разработанных в лабораториях компании (те изобретения, которые были созданы учеными компании в течение нескольких последних месяцев).

При принятии решения о том, какое изобретение попадет в патентную заявку, основной вопрос заключается в определении намерений компании использовать патент в каком-либо из коммерческих продуктов в ближайшем будущем. Если ответ отрицательный (компания не будет использовать патент в данном коммерческом продукте), тогда объект интеллектуальной собственности подлежит охране посредством режима коммерческой тайны и не будет являться частью процесса подачи патентной заявки. Безусловно, если объект интеллектуальной собственности будет включен в патентную заявку, такой объект станет известен и потеряет статус коммерческой тайны, за исключением случаев, когда патентообладатель не намерен подавать заявку на иностранный патент (по любой причине). Тогда он может обратиться в Патентное ведомство США, с тем чтобы заявку не опубликовывали (т.е. ее содержание останется конфиденциальным).

В широком смысле существует два типа патентов — патент на технологический процесс и патент на продукт. Первый тип, как следует из его названия, относится к патентам в сфере промышленного производства (технологический процесс). Второй тип включает патенты, которые относятся к конечной продукции. Но процессы и продукты могут видоизменяться, поэтому крайне важна точность указания в патентной заявке описания сущности изобретения (так называемое заявление), чтобы патентный эксперт выдал патент на основании достаточной специфичности и довольно обширной по смыслу формулировки, препятствующей участию других заявителей в процедуре патентования (возможно, такая заявка будет включать перспективы развития технологического процесса или продукта с учетом актуальной конъюнктуры рынка в будущем, которая неизвестна на момент подачи заявки).

В общем написание патентных заявок — это целое искусство. Известный американский судья Лернд Ханд отметил следующее: «Наибольшее значение имеет сущность заявки (само заявление), и я сделал вывод, что заявление может представлять собой высшую форму литературного творчества или же напротив — полнейшую бессмыслицу».

Следующим шагом для оформления патента на технологический процесс или конечный продукт является составление согласованного в текущем году списка патентных заявок. Безусловно, это довольно знаковый этап, поскольку формула изобретения, указанная в заявке, будет являться основанием для защиты при возможных будущих исках о признании патента недействительным или если патент не будет охватывать определенный процесс или продукт в будущем, что становится чрезвычайно важным, так как рынок, относящийся к указанным процессам и продукции, развивается (что, конечно, неочевидно на этапе оформления патентной заявки).

Патент на технологический процесс связан с очень давней проблемой, заключающейся в сложности определения нарушения патента. Это не имеет отноше-



ния к патентам на конечный продукт, поскольку продукт продается на рынке и у патентообладателя всегда есть возможность изучить и проверить его. Однако патент на технологический процесс может быть «зашит» во внутреннюю структуру производственных мощностей, что создает объяснимые сложности в получении доступа к нему для определения нарушения.

Таким образом, патентообладателю бывает сложно даже узнать производственный процесс предполагаемого нарушителя. Определение факта нарушения может повлечь за собой необходимость проведения процедуры *due diligence*, что может быть трудновыполнимой задачей, если предполагаемый нарушитель находится за пределами США. Такие проблемы могут поставить компанию перед необходимостью рассматривать патенты на технологические процессы в качестве коммерческой тайны и не ввязываться в бюрократические процедуры по подготовке патентных заявок.

Тяжкие (даже катастрофические) последствия решения не оформлять заявку на получение патента на технологический процесс (в отношении новации в области коммерческой тайны в рамках технологического процесса) возникнут, если другая компания подаст заявку и впоследствии получит патент в отношении аналогичного технологического процесса. Таким образом, компания, изначально создавшая изобретение, будет считаться нарушившей патент компании, которая подала заявку раньше для целей производства собственной продукции.

Если речь идет о новейших технологиях, первоначальные патенты, поданные компанией в отношении таких технологий, называются «зонтичными патентами», потому что их охват столь широк, что он распространяется на весь рынок определенного вида продукции и, следовательно, ни одна другая компания не может зайти на рынок с аналогичным продуктом в течение периода действия первоначального «зонтичного патента». В отношении компаний не существует требований относительно лицензирования какой-либо третьей стороны в течение периода действия «зонтичного патента» (или по прошествии данного периода).

Тем не менее компания, владеющая патентом, безусловно, будет продолжать необходимые технические усовершенствования в отношении первоначально запатентованной технологии (поскольку именно она хорошо осведомлена о рынке и продукте, который производит) и будет продолжать подавать патентные заявки, которые хоть и не будут столь широки по охвату, как «зонтичные патенты», но все же могут обеспечить эффективную (но более узкую) правовую защиту (если все будет в порядке) на долгие годы.

Патентная заявка как инвестиция

Компания, которая внимательно относится к собственному патентному портфелю, должна иметь в виду, что патентные заявки рассматриваются как инвестиции; существует закономерная неопределенность в данном процессе в наименьшей степени в связи с абсолютной невозможностью знать с полной уверенностью, известен ли объект, подлежащий патентованию, из предшествующего уровня техники.

Издержки, связанные с процедурой подачи патентных заявок, растут необычайно быстро. Например, если мы берем в расчет одного патентного юриста

(а крупные компании содержат большой штат патентных юристов), такой юрист, как правило, подает порядка 10 патентных заявок в год (в США каждая такая заявка стоит компании 2 500 долларов). Тогда возникает вопрос подачи документов в других странах. Принятие решения о выборе юрисдикции подачи заявки включает маркетинговое определение того, где в обозримом будущем компания и ее конкуренты возможно будут производить и продавать свою продукцию. Как правило, выбор юрисдикций сводится к определенной группе стран (Европейский Союз, Корея, Япония, Тайвань, Канада и Австралия), в последнее время возрастает роль Китая, Бразилии, Мексики, Индии и т.д.

Если компания подаст все 10 заявок (при издержках по каждой заявке в 2 500 долларов) из годового рабочего продукта только одного патентного поверенного в шесть обозначенных выше юрисдикций (используя иностранного адвоката и имея дело с ответами зарубежных патентных экспертов), компания выплатит примерно 3 000 долларов США за каждую зарубежную заявку иностранному юристу и патентному эксперту, что делает очевидным следующее: речь идет о вполне реальных деньгах, включенных в процесс подачи патентных заявок в США и других государствах. А вышеобозначенная гипотеза является лишь продуктом работы одного патентного поверенного компании.

Патенты-аналоги

Как только долгожданный патент выдан (например, в США), компания, как сказано выше, должна принять решение, в какую другую страну (страны) необходимо обратиться с заявкой на выдачу патента-аналога. Три вопроса закономерно возникают в данном случае. Во-первых, планы компании относительно новых географических рынков в части продуктов или процессов, которые покрываются первоначальным патентом, — речь идет о странах, в государственные учреждения которых подаются патентные заявки. Во-вторых, существуют определенные расходы (как разъяснено выше) — первоначальный взнос в связи с подачей заявки и ежегодные взносы впоследствии (все они должны быть предусмотрены бюджетом компании). В-третьих, у компании должны быть определенные гарантии, что ее патент в другой стране чего-то да стоит — это означает, что, если компания осведомлена о нарушителе патента, необходимо удостовериться, может ли правовая или политическая система данного государства руководствоваться принципом «верховенства права» и по инициативе патентообладателя обеспечить неотвратимость наказания нарушителя патента, позволив компании взыскать причиненный правонарушением ущерб.

Патентное лицензирование

Как правило, патентообладатель ни в коем случае не обязан передавать на основании лицензии права на патент третьим лицам. В отношении данного правила есть исключения, обозначенные ниже, когда суды могут санкционировать лицензирование третьих лиц патентообладателем вследствие противозаконного (в основном антиконкурентного) обращения правообладателя с патентами.



Если патентообладатель принял решение передать права на патент на основании лицензии третьим лицам, полученное лицензионное соглашение позволит лицензиату производить продукт, защищенный патентом (технологический процесс или собственно продукт) в определенном государстве (государствах) и продавать его в стране лицензионного производства. Что касается продаж в странах лицензионного производства, то включение в лицензионное соглашение положения о невозможности для лицензиата продавать продукцию в определенных государствах (как правило, в государствах, где патентообладатель хочет реализовывать продукцию) может создать антимонопольные проблемы для патентообладателя.

Напротив, патентообладатель должен включить в лицензионное соглашение положение, предусматривающее невозможность отказаться от своих патентных прав в перечисленных странах. Это, как правило, заканчивается таким же результатом, как и юридически рискованный запрет лицензиату осуществлять продажи в государствах, включенных в «запрещенный» список. Речь идет всего лишь об одном аспекте общего правила о том, что патент должен всегда рассматриваться в коммерческих целях как щит, а не как меч. Данное «правило» верно при условии, что патентообладатель владеет значительной долей рынка или рассматриваемой промышленной сферы.

Несколько лицензий являются «патентными и ноу-хау» лицензионными соглашениями (в международном масштабе, если лицензиат из развивающейся страны), с помощью которых ноу-хау переходит к лицензиату посредством передачи документов и совещаний по техническому обмену (часто как на объектах лицензиара, так и лицензиата), во время которых информация передается в устной форме. Внутри страны одной из распространенных форм лицензий является та, при которой две компании создают «дочернее предприятие», которому передают права на патенты и ноу-хау.

С каждым новым лицензионным соглашением (включающим только патентные аспекты или патенты и ноу-хау), заключенным компаниями из разных стран, лицензиар должен убедиться, что данное лицензионное соглашение составлено в полном соответствии с внутренним законодательством страны об экспортном контроле (которое, как правило, включает нормы об экспорте технологий).

В лицензионном соглашении количественные ограничения, наложенные на лицензиата, должны быть законными, поскольку без лицензионного соглашения лицензиат не сможет ничего ни производить, ни продавать.

В некоторых отраслях (если не во многих), крупные компании владеют таким огромным количеством патентов, что привело их к выводу о необходимости заключать пространные по смыслу соглашения о перекрестном лицензировании с собственными конкурентами вместо ввязывания в продолжительные (а зачастую и бесконечные) судебные разбирательства в отношении различных патентов, чтобы определить, в каком случае патент нарушен, а в каком с помощью выданного патента нарушаются права других лиц. Как правило, такие соглашения не облагаются роялти.

Или другая ситуация: две компании заключают между собой соглашение о перекрестном лицензировании, в соответствии с которым одна компания предоставляет лицензию (на производство и продажу) на свои патенты другой компании на определенных товарных рынках. В обмен на это компания предоставляет своему

контрагенту лицензию на производство и продажу, действующую на других товарных рынках. История существования соглашений о перекрестном лицензировании в США уходит корнями в 1950-е гг., когда компания AT&T находилась под действием судебного приказа о выдаче лицензий на недискриминационных условиях на свои «транзисторные» патенты. Компания AT&T настаивала на перекрестных лицензиях. Так и случилось, что в США телекоммуникационная отрасль буквально «пронизана» соглашениями о перекрестном лицензировании. В других отраслях экономики США перекрестные лицензии не стали распространенным явлением.

Иные аспекты

А. Неиспользование патента. Если патент предоставлен, но не используется патентообладателем (т.е. патентообладатель просто-напросто «сидит» на патенте), это не является законной практикой. Так, в Индии если компания владеет патентом, но не использует его, другая индийская компания может производить и продавать продукцию, не опасаясь обвинений в нарушении патента.

Б. Объединение патентов («патентный пул»). Объединение патентов — явление, когда компании с запатентованными технологиями создают единый механизм лицензирования, облегчающий доступ к сложным технологиям с высоким уровнем патентной активности. Важно, что такие «патентные пулы» обеспечивают справедливый, обоснованный и недискриминационный доступ всем, кто желает получить лицензию. Однако, поскольку пулы предполагают высокий уровень коллаборации между конкурирующими владельцами патентов, должны быть решены антимонопольные проблемы. Механизм лицензирования патентного пула может негативно сказаться на конкурентных отношениях контрагентов, которые (в отсутствие объединения) могли бы соревноваться на товарных рынках. Угроза конкурентным отношениям нарастает, когда патентообладатель использует лицензионное соглашение для «блокирования» выхода конкурентов на рынок или во избежание блокирования ими. Следовательно, должны быть положительные аспекты объединения патентов на товарном рынке (влияние должно быть положительным, смягчающим последствия запутанных патентных «дебрей», находящихся во владении различных компаний, которые без объединения задушили бы конкуренцию или по меньшей мере препятствовали бы ее развитию).

В. Комитеты по стандартам. Комитеты по стандартам существуют как на национальном, так и на международном уровне для утверждения продуктовых стандартов на товарных рынках. Если соответствующее бюро выражает согласие на то, что патент являет собой определенный «стандарт», он подлежит обязательному лицензированию. При утверждении стандартов важно знать, что компании (преимущественно крупные) не используют стандарты (основанные на патентах) для нанесения ущерба небольшим фирмам и новым игрокам на товарном рынке.

Г. Обязательное лицензирование. Обязательное лицензирование встречается редко. Как правило, обязательное лицензирование является последствием вовлечения патентообладателя в противозаконную деятельность. Чтобы возникла необходимость в обязательной лицензии, крупная компания должна «пойти к краю» в отношении соблюдения патентных и антимонопольных правил.



Владелец патента попадает в неприятную ситуацию, используя свой патентный портфель для нарушения антимонопольного законодательства. Буквально две исторические заметки:

- 1) в 1920-х гг. Конгресс США санкционировал обязательное лицензирование патентов в зарождающейся авиационной промышленности;
- 2) после Второй мировой войны компании «Ксерокс» были предъявлены обвинения за участие в незаконной деятельности, и федеральный суд обязал ее предоставить лицензии.

Д. Приведем некоторые **рейтинги стран** (все числа округлены и относятся к 2018 г.)

Топ-10 стран с наибольшим количеством патентных заявок

Китай	—	1 542 000;
США	—	597 000;
Япония	—	314 000;
Южная Корея	—	210 000;
Европейский Союз (в лице Европейского патентного ведомства)	—	174 000;
Германия	—	68 000;
Индия	—	50 000;
Россия	—	38 000;
Канада	—	36 000;
Австралия	—	30 000.

Топ 10 стран с наибольшим количеством выданных патентов

Китай	—	432 000;
США	—	308 000;
Япония	—	195 000;
Европейский Союз (в лице Европейского патентного ведомства)	—	128 000;
Южная Корея	—	119 000;
Россия	—	36 000;
Канада	—	24 000;
Австралия	—	17 000;
Германия	—	16 000;
Индия	—	14 000.

Данные цифры наводят на некоторые мысли. Первое и самое важное: для того, чтобы провести эффективный анализ обозначенных выше показателей, необходимо оценить: 1) насколько сложна процедура подачи патентной заявки (как иностранному гражданину, так и гражданину государства подачи заявки); 2) существуют ли значимые различия количественных показателей, если речь идет о заявках, поданных иностранным гражданином или гражданином государства подачи заявки. Также существенным вопросом является определение средней продолжительности срока получения патента (с момента подачи патентной заявки). В стремительно меняющейся технологической отрасли чем больше такой

срок, тем меньшая ценность будет у конечного патента. В любом случае колоссальную роль играет коммерческая (финансовая) состоятельность компании (или университета, научной организации), которой предоставлен патент. Иными словами, чтобы узнать истинную стоимость патентов, выданных любой из этих стран, нужно было бы выйти за пределы номинальной стоимости указанных выше показателей.

Существуют другие способы ранжирования государств, полезные в определении сравнительной устойчивости интеллектуальной собственности в том или ином государстве (все числа округлены и относятся к 2018 г.).

*Топ-10 государств по соотношению патентных заявок
к валовому внутреннему продукту (ВВП):*

Южная Корея — 8 600;
Китай — 6 200;
Япония — 5 100;
Германия — 1 900;
Швейцария — 1 800;
США — 1 600;
Финляндия — 1 300;
Дания — 1 300;
Швеция — 1 200;
Нидерланды — 1 100.

Топ-10 государств по соотношению патентных заявок на 1 млн населения:

Южная Корея — 3 100;
Япония — 2 000;
Швейцария — 1 100;
Китай — 1 000;
Германия — 900;
США — 900;
Дания — 600;
Швеция — 600;
Финляндия — 600;
Нидерланды — 500.

Что касается других взглядов на сравнительную патентную устойчивость, то приведем топ-10 патентных заявителей (компаний) (данные за 2013—2015 гг.): Canon (Япония), Samsung Electronics (Южная Корея), State Grid Corporation of China (Государственная электросетевая корпорация Китая), Mitsubishi Electric (Япония), IBM (США), Toyota (Япония), Huawei (Китай), Toshiba (Япония), LG Electronics (Южная Корея), Robert Bosch GmbH (Германия).

Разумеется, данный перечень не включает в себя небольшие компании, которые также вносят весомый вклад (отдельно или в совокупности) в развитие страны. Очевидно, что перечень демонстрирует сильные позиции компаний из Восточной Азии (8 из 10), что, конечно, впечатляет.

Е. Стремление к гармонизации патентного права на международном уровне. Первые попытки учредить мировую систему защиты интеллектуальной



собственности относятся к двум международным договорам, заключенным еще в XIX столетии: Парижской конвенции по охране промышленной собственности (1883) и Бернской конвенции по охране литературных и художественных произведений (1886). Практически все государства осознают ценность интеллектуальной собственности и необходимость обеспечить ее надлежащую правовую защиту.

После Второй мировой войны своеобразным импульсом развития и укрепления права интеллектуальной собственности (в том числе патентных прав) стало принятие в 1967 г. Конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС). Данная организация была учреждена в качестве самофинансируемого агентства при ООН. Документами ВОИС предусмотрено, что организация «стремится к развитию сбалансированной и эффективной международной системы защиты интеллектуальной собственности».

В рамках ВОИС в 1970 г. был заключен Договор о патентной кооперации, который установил унифицированную процедуру подачи патентных заявок в договаривающихся государствах (подача международной заявки по Договору о патентной кооперации, признаваемой в договаривающихся государствах). К примеру, путем подачи заявки на защиту, согласно указанному Договору, в течение года после подачи патентной заявки в США заявителю предоставляется 30-месячный срок, следующий за днем подачи заявки в США, чтобы обратиться в одно из 150 государств-членов за получением патента. Конечно, международная патентная заявка не гарантирует получение патента, поскольку фактически не существует такого документа, как международный патент. Скорее, поскольку Договор просто установил дату подачи заявки для всех договаривающихся государств, за этим должны последовать патентные заявки в каждом государстве-члене или регионе (например, в ЕС).

Впоследствии в 1994 г. государства — участники послевоенного Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ), предшественника Всемирной торговой организации (ВТО), подписали Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), которое впервые устанавливало единые правила в отношении оборота интеллектуальной собственности в мировой торговой системе. Ратификация Соглашения ТРИПС стало условием для принятия государства в ВТО; строгие правила данного Соглашения, таким образом, будут распространять свое действие на территории всех государств — участников ВТО (хотя развивающимся государствам предоставлено право на переходный период для имплементации в национальное патентное законодательство изменений, вносимых ТРИПС).

Без сомнения, Соглашение ТРИПС стало наиболее важным международным инструментом унификации и глобализации права интеллектуальной собственности (что подтверждается национальным патентным законодательством договаривающихся государств). В том же году США присоединились к Соглашению Уругвайского раунда, что привело к соответствующим изменениям в американском патентном законодательстве, которое должно соответствовать требованиям ТРИПС.