

kezésre álló szabadidő mennyisége között áll fenn.

„A fogyasztás felzabálja az időnt”, ezért sokan igyekeznek kiszabadulni az idő börtönéből. Jól képzett emberek mondanak le jól fizetett, de rendkívül sok időt rabló állásokról, s helyette alacsonyabb jövedelmi szinten élnek alkalmi munkákból. A bevételkiesést a régebbi áruk karbantartásával és a feleslegesnek ítélt termékekről való lemondással ellensúlyozzák. Az önkéntes szerénységet vállaló emberek jellemzői, hogy fogyasztói magatartásuk jól átgondolt, erős ellenállást tanúsítanak a mesterségesen teremtett szükségletekkel szemben, érzékenyek a természeti erőforrások szűkösségére, az életet és a munkát pedig nem csupán eszköznek tekintik. Gerken tanulsága így hangzik:

„Amikor az embereket elfogja a vágy, hogy egyszerűsítsék életüket, nagyobb szabadságra és függetlenségre tegyenek szert szerényebb életvitelük révén, akkor a továbbiakban már nem tekinthetjük őket a gazdasági növekedés motorjának.”

**A látomásos konzervativizmus trendje. A babyboom-nemzedék megváltoztatja életstílusunkat.** Ennek egyik oka a munkaerőpiac telítettségében keresendő: a nagy nemzedék számára kevesebb vezető állás áll rendelkezésre, azok betöltésére viszont csak a legképzettebbeknek, legtapasztaltabbaknak, legügyesebbeknek nyílik módja. Ez agresszív légkörhöz vezet majd, hacsak az ökoszocializmus „ajándéka” nem tudja megnyerni ezen korosztályt. A babyboom gyerekek műveltek, jólértesültek és főként kritikusak, így egyre kevésbé elégitik ki őket a reklámokban hallható vidám dalocskákat, szórakoztató-gondolatébresztő játékok és az édeskés képanyag. Ezek a változások eredményükben visszamatatnak az előző trendre.

**A számítógép-integrált termelés (CIM) marketingjének trendje. Az újfajta fogyasztás testközelséget és gyorsaságot követel.** A számítógép termelési folyamatban való alkalmazása napjainkban gyakran még csak a költségcsökkentés és racionalizálás céljait szolgálja. A szerző egy új hasznosítási területet támogat: a testre sza-

hott termelést. Így megfordulhat egy régóta tartó és törvényszerűnek hitt tendencia, amely az egyre nagyobb szorozatnagyság felé mutat. Másfelől a számítógépet hálózati elemként, információs csatornaként alkalmazva a vállalatok folyamatosan, naprakészen ismerhetik a piac igényeit. A termelést így a fogyasztók elvárásaihoz lehet igazítani, akik végfelhasználóiból követelménytámasztókká válnak. Ez újabb csapda a presztízsmarketingnek: a fogyasztók egyéniségüket immár egyedi termékkel akarják bizonyítani, s nem márkanévvel vagy emblémával. A digitális órák piacának példája jól mutatja, hogy egy termék zuhanó ára összefér a növekvő választékbeli és formai sokféleséggel.

Összefoglalásképpen elmondhatjuk, hogy Gerd Gerken pozitív jövőképet fest elénk. Az általa kimutatott trendek ugyanakkor talán furcsák a hagyományos marketinghez szokott szakembereknek: a tömegtermelés vége, a hagyományos reklám- és marketingstratégiák csődje, a fogyasztók újkeletű szerénysége, a fogyasztás önkéntes korlátozása, az ökológiai elvek általánossá válása a gazdaságban.

Ezen trendek kétségtelenül jobban áthatják a német gazdaságot mint hazánkat, de a hitetlenkedők tábora bizonyára ott sem kicsi. A szerző nézeteit mindenestre magyar szakembereknek is érdemes részletesebben megismerniük.

*Tóth Gergely*

## Tattay Levente VÉDJEGYEKRŐL VÁLLALKOZÓKNAK

**A Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó most megjelentetett új könyve Tattay Levente sokoldalú, de elsősorban a védjegyek, a védjegyjog körében kifejtett munkásságának jelentős állomása.**

Praktikus ismereteket nyújt mindazok számára, akik vállalkoznak, gazdasági társaságokat alapítanak, vállalkozásokat menedzselnek, vagy a marketing, illetve a reklám területén tevékenykednek. Egyetértve a szerzőnek az előszóiban tett megállapításával, leszögezhetjük, hogy ez a könyv valójában a *védjegybejelentők kézikönyvének* tekintendő.

A könyv aktualitását az adja, hogy a piactudományokban megnövekedett és nagymértékben felértékelődött a védjegyek jelentősége. A piactudományokban lévő kiépítése, a nagyarányú külföldi tőkebeáramlás, a külgazdaság súlypontjának áthelyezése, valamint a privatizáció megnövelte a védjegyek iránti érdeklődést. A vállalkozók döntő többsége felismerte, illetve mindenképpen fel kell ismernie, hogy a vállalkozás arculatának megteremtésében a védjegyek fontos szerepet játszanak és azoknak közvetlenül árbevétel-növelő hatásuk van.

A piactudományokban – és ezt a könyv is megfelelően érzékelteti – a megkülönböztetésen túl előtérbe kerül a védjegy reklám-, illetve versenyfunkciója, minőségjelző funkciója valamint ki-domborodik fogyasztóvédelmi jellege, elsősorban a tanúsító és garanciavédjegyek alkalmazása és elterjedése kapcsán.

Nyugati mintára hazánkban is tért hódít a *franchising*, melynek lényegi eleme a védjegy átruházása és ennek következtében a védjeggyel fémjelzett szolgáltatás minőségének rendszeres vizsgálata.

A 90-es évek arculatváltozást jelentenek a védjegyek nemzetközi integrációs rendszerében, és mind az anyagi jogi normák, mind az eljárási szabályok tekintetében a kodifikációs törekvések változásokat fognak hozni.

A védjegyjog ezen problémáira, kihívásaira is utal a könyv oly módon, hogy a szerző soha nem téveszti szem elől: munkája elsősorban *gyakorlati* is-

mereteket nyújt, nagyszerűen szemléltetve és kiegészítve konkrét védjegyekre vonatkozó utalásokkal, ezáltal érthetővé téve az elsősorban nem jogász vállalkozók számára is a védjegyek jogi vonatkozásait.

Tattay Levente könyve 4 részre tagolható.

Az első részben a védjegyek szerepével a piacgazdaságban, a védjegyek árbevétel-növelő hatásával, az exportban és a privatizációban megnyilvánuló jelentőségével foglalkozik.

Közli a nemzeti védjegy-statisztika alakulását 1974-1994 között, a védjegyek, elsősorban a magyar védjegyek értékét, valamint a védjegyeknek az exportban betöltött szerepét. A privatizációs problémákat is a gyakorlati megoldás igényével ismerteti.

A második rész a *védjegyek jogi szabályozásával* foglalkozik. A vállalkozók számára közérthetően szól a védjegy fogalmával, fajtáival, funkcióival kapcsolatos törvényi megállapításokról, bemutatva a védjegyjogosultak körét, a megkülönböztető képességet, az árujegyzékre vonatkozó előírásokat, a védjegyek oltalmának időtartamát, a védjegyek eljárási szabályait, valamint a védjegy jog nemzetközi vonatkozásait.

A könyv legértékesebb részének az igazán gyakorlati ismereteket magában foglaló harmadik rész tekintendő. Ez a rész tartalmazza a vállalkozók számára nélkülözhetetlen *gyakorlati ismereteket*: a védjegyek kiválasztásához fűződő tudnivalókat, a hazai és a nemzetközi bejelentések általános szabályait, a védjegyoltalomból eredő jogokat és kötelezettségeket.

A IV. fejezet a védjegylicencia-szerződésekkel, valamint a franchise-szerződésekkel foglalkozik, említve a védjegyhasználatot a bér munka és kooperációs szerződések kapcsán. Praktikus a védjegyoltalom megújításának minta alapján történő ismertetése.

Tattay Levente könyvéről összességében megállapítható, hogy a magyar védjegy jogi kultúra elmélyítéséhez nagyban hozzájárul, nagy hiányt pótol, hiszen az utóbbi tíz évben ehhez hasonló monográfia nem jelent meg hazánkban.

## A Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó újdonsága

Tattay Levente

# Védjegyekről vállalkozóknak

A védjegy nem egyszerűen egy árunak más árutól való megkülönböztetésére szolgál, hanem a piacgazdaságra való áttérés következtében az exportban betöltött szerepe és árbevétel-növelő hatása is egyre jelentősebbé válik. A szerző kézikönyve a védjegy jogban segít eligazodni. Hogyan szerezhető védjegyoltalom? Hogyan folyik le a Magyar Szabadalmi Hivatal előtti eljárás? Mit kell tudni a védjegyek kiválasztásához, bejelentéséhez, használatához? Hogyan kell fellépni a védjegybitorlás ellen? Mikor használjuk jogszerűen a más védjegyét? Hogyan lehet átruházni a védjegy jogot? Ezekre és más hasonló gyakorlati kérdésekre található válasz a mintákkal, jogszabályi mellékletekkel kiegészített könyvben.

### MEGRENDELŐLAP

Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó Rt. Jogi Szerkesztősége  
1054 Bp., Nagysándor J. u. 6.  
1374 Bp., Pf. 578  
Tel.: 112-6434, Telefax: 111-3210

Megrendelem **Tattay Levente: Védjegyekről vállalkozóknak** című könyvét .... példányban, 1900 Ft-os áron.  
A számlát utánvétellel egyenlítem ki.

A megrendelő neve:

Pontos címe:

Dátum:

aláírás

A Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó könyvesboltjai:

**Közgazdasági és Jogi Könyvesbolt**

1051 Budapest, Nádor u. 8.

**Széchenyi István Könyvesbolt**

1051 Budapest, Szent István tér 4.

**Széchenyi István Közgazdasági és Jogi Könyvesbolt**

7624 Pécs, Rókus u. 5.