

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ ДЛЯ БИЗНЕСА



ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ВОИС)

МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ (МСП)

<http://www.wipo.int/ru/sme>

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЧЕМУ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ АКТУАЛЬНА ДЛЯ ВАШЕГО МСП?	6
КАК МОЖЕТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ ПОВЫСИТЬ РЫНОЧНУЮ СТОИМОСТЬ ВАШЕГО МСП?	8
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ КАК ДЕЛОВОЙ АКТИВ	9
ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ КАК КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЕ	10
СТОИМОСТЬ АКТИВОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	10
ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ВАШЕЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	11
КАКИМ ОБРАЗОМ ВЫ ПРЕВРАЩАЕТЕ ИЗОБРЕТЕНИЯ В ПРИБЫЛЬНЫЕ АКТИВЫ ВАШЕГО МСП?	13
ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ПАТЕНТОВАНИЯ ВАШИХ ИЗОБРЕТЕНИЙ	13
ЧТО ПРОИСХОДИТ, ЕСЛИ ВЫ НЕ ПАТЕНТУЕТЕ ВАШИ ИЗОБРЕТЕНИЯ?	14
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ	15
ПОЧЕМУ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ ВАЖНА ДЛЯ МАРКЕТИНГА ПРОДУКТОВ И УСЛУГ ВАШЕГО МСП?	16
ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И МАРКЕТИНГ	16
<i>ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ И ЗНАКИ ОБСЛУЖИВАНИЯ</i>	<i>16</i>
<i>Коллективные знаки</i>	<i>17</i>
<i>Промышленные образцы</i>	<i>17</i>
<i>Географические указания</i>	<i>17</i>
МАРКЕТИНГ ВАШЕЙ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ	17
<i>Влияние электронной торговли на интеллектуальную собственность и ваше МСП</i>	<i>17</i>
<i>Названия доменов</i>	<i>18</i>
ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	18
МОЖЕТ ЛИ ВАШЕ МСП ИСПОЛЬЗОВАТЬ АКТИВЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ?	20
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АКТИВОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА	20
СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ АКТИВОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ – НОВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ	21
ВАЖНОСТЬ ПРАВИЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ	22
ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИС ПРИ РАЗРАБОТКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА	22
<i>Чем вам может быть полезен бизнес-план?</i>	<i>22</i>
<i>Почему необходимо интегрировать в ваш бизнес-план интеллектуальную собственность?</i>	<i>23</i>
<i>Каким образом ИС могут быть интегрированы в процесс составления бизнес-планов?</i>	<i>25</i>
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ	29
КАК МОЖЕТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ РАСШИРИТЬ ЭКСПОРТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВАШЕГО МСП?	31
ЭКСПОРТ ВАШЕЙ ЗАПАТЕНТОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ	31
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛЕЙМА И ОБРАЗЦОВ ДЛЯ СБЫТА ТОВАРОВ И УСЛУГ ЗА ГРАНИЦЕЙ	32
МЕЖДУНАРОДНОЕ ИСЧЕРПАНИЕ И ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ	32
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ	34
КАК МОЖЕТ ВАШЕ МСП ПОЛУЧИТЬ И СОХРАНИТЬ ОХРАНУ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ?	36

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

ПРОЦЕДУРЫ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ПРАВ ИС	36
ПАТЕНТЫ	37
ПОЛЕЗНЫЕ МОДЕЛИ	38
ТОВАРНЫЙ ЗНАК/ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ	38
КОЛЛЕКТИВНЫЕ ЗНАКИ	39
ОБЩЕИЗВЕСТНЫЕ ЗНАКИ	39
<i>Охрана общеизвестных знаков</i>	40
ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ	40
<i>Могут ли географические указания использоваться только в отношении сельскохозяйственных продуктов?</i>	40
<i>Что такое наименование места происхождения?</i>	41
<i>Каково назначение географического указания?</i>	41
<i>Почему географические указания нуждаются в охране?</i>	41
<i>Какова разница между географическим указанием и товарным знаком?</i>	41
<i>Как охраняется географическое указание?</i>	42
<i>Как географические указания охраняются на международном уровне?</i>	42
<i>Что такое “родовое” географическое указание?</i>	42
<i>Какова роль ВОИС в охране географических указаний?</i>	42
ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ	43
АВТОРСКОЕ ПРАВО	43
ПРОБЛЕМЫ ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	44
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ	44
ОХРАНА ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВАШЕГО МСП ЗА ГРАНИЦЕЙ	45
Почему ваше МСП должно охранять ИС за границей?	45
Когда должно ваше МСП охранять свою интеллектуальную собственность за границей?	45
Как может ваше МСП охранять свою интеллектуальную собственность за границей?	46
<i>Национальные заявки</i>	46
<i>Региональные заявки</i>	46
<i>Международная охрана</i>	47
ПОЧЕМУ ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ВАЖНЫ ДЛЯ УСПЕХА ВАШЕГО МСП?	48
Почему товарные знаки важны для успеха вашего МСП?	48
Проведение поиска по фондам товарных знаков	49
ОХРАНА ПРОМЫШЛЕННЫХ СЕКРЕТОВ ВАШЕГО МСП	50
Что такое промышленный секрет?	50
Как охраняются промышленные секреты	50
<i>Пример</i>	51
Меры предосторожности, которые надлежит принять вашему МСП	51
Патенты или промышленные секреты?	51
Случай, в котором ваше МСП может воспользоваться охраной промышленных секретов	52
<i>Дополнительные ссылки и документы</i>	53
АВТОРСКОЕ ПРАВО И СМЕЖНЫЕ ПРАВА	54
Что такое авторское право?	54
Какие права предоставляет авторское право?	54
<i>Что такое смежные права?</i>	55
<i>Почему необходима охрана авторских прав?</i>	55
<i>Как авторское право использует последние технические достижения?</i>	55
Какую выгоду ваше МСП может получить от охраны авторским правом?	56
<i>Полезные советы вашему МСП в его качестве пользователя авторского права</i>	57
<i>Полезные советы вашему МСП в его качестве владельца авторского права</i>	58

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

<i>Другие полезные советы вашему МСП в его качестве владельца авторского права</i>	59
КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ АВТОРСКИМ ПРАВОМ И СМЕЖНЫМИ ПРАВАМИ	60
<i>ЧТО ТАКОЕ АВТОРСКОЕ ПРАВО?</i>	61
<i>ЧТО ТАКОЕ ОХРАНА СМЕЖНЫХ ПРАВ?</i>	62
<i>ЧТО ТАКОЕ КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ АВТОРСКИМ ПРАВОМ И СМЕЖНЫМИ ПРАВАМИ?</i>	63
<i>ПОЧЕМУ НЕОБХОДИМО КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ АВТОРСКИМ ПРАВОМ И СМЕЖНЫМИ ПРАВАМИ?</i>	63
<i>КТО ЯВЛЯЕТСЯ ЧЛЕНАМИ?</i>	64
<i>КАКИЕ ВИДЫ ПРАВ ЯВЛЯЮТСЯ НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫМИ ПРИ КОЛЛЕКТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ?</i>	64
<i>КАК ДЕЙСТВУЕТ КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ?</i>	64
<i>ГДЕ ДЕЙСТВУЮТ ОРГАНИЗАЦИИ КОЛЛЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ?</i>	66
<i>СВЯЗИ С НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ</i>	66
<i>СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ</i>	67
<i>КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЦИФРОВАЯ СРЕДА</i>	68
КАКИМ ОБРАЗОМ КОЛЛЕКТИВНЫЕ ЗНАКИ, СЕРТИФИКАЦИОННЫЕ ЗНАКИ И ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ МОГУТ БЫТЬ ПОЛЕЗНЫ ДЛЯ МСП?	70
Коллективные знаки	70
Географические указания	71
<i>Что такое географическое указание?</i>	71
<i>Что такое наименование места происхождения?</i>	72
<i>Каково назначение географического указания?</i>	72
<i>Почему географические указания нуждаются в охране?</i>	72
<i>Какова разница между географическим указанием и товарным знаком?</i>	73
<i>Как охраняется географическое указание?</i>	73
<i>Что такое “родовое” географическое указание?</i>	73
<i>Какова роль ВОИС в охране географических указаний?</i>	74
<i>Сертификационные знаки</i>	74
ОХРАНА ИННОВАЦИЙ С ПОМОЩЬЮ ПОЛЕЗНЫХ МОДЕЛЕЙ	75
Что такое полезная модель?	75
УПРАВЛЕНИЕ АКТИВАМИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВАШЕГО МСП	76
Политика приобретения ИС	76
Политика эксплуатации ИС	76
Политика мониторинга ИС	76
Политика защиты ИС	77
Некоторые важные шаги, которые необходимо продумать при разработке стратегии в области интеллектуальной собственности	77
Практические вопросы ИС при разработке бизнес-плана	78
<i>Чем вам может быть полезен бизнес-план?</i>	78
<i>Почему необходимо интегрировать в ваш бизнес-план интеллектуальную собственность?</i>	79
<i>Каким образом ИС могут быть интегрированы в процесс составления бизнес-планов?</i>	80
Дополнительные ссылки и документы	84
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАТЕНТНОЙ ИНФОРМАЦИИ НА БЛАГО ВАШЕГО МСП	85
Что такое «патентная информация»?	85
Почему патентная информация полезна для вашего МСП?	85
Почему патентная информация полезна для вашего МСП?	85
Где и как может быть получена патентная информация?	86
Дополнительные ссылки и документы	86

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

ЧТО ДОЛЖНО ДЕЛАТЬ ВАШЕ МСП ДЛЯ УРЕГУЛИРОВАНИЯ СПОРОВ, СВЯЗАННЫХ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ?.....	87
АРБИТРАЖ И ПОСРЕДНИЧЕСТВО	87
<i>Судебные тяжбы или альтернативные пути урегулирования споров?</i>	88
<i>Центр ВОИС по арбитражу и посредничеству</i>	88
ЗАЩИТА ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВАШЕГО МСП	88
<i>Зачем защищать права ИС</i>	89
ЗАЩИТА ПРАВ – ЧЬЯ ЭТО ИНИЦИАТИВА?	89
НАЛИЧИЕ ПРОЦЕДУР ЗАЩИТЫ	89
КАК ВЫ ЗАЩИЩАЕТЕ ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВАШЕГО МСП?	90
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ	91

Почему интеллектуальная собственность актуальна для вашего МСП?

Наряду с предприимчивостью и изобретательностью человека нас повсюду окружает интеллектуальная собственность. Каждый продукт или услуга, которыми мы пользуемся в нашей повседневной жизни, являются результатом длинной цепи больших или малых нововведений, таких как изменение в дизайне или усовершенствования, которые придают продукту тот вид или то назначение, которые он имеет сегодня. Возьмите простой пример, ручку. Знаменитый патент Ладислао Биро на шариковые ручки во многих отношениях был настоящим прорывом. Однако подобно ему многие другие изобретатели улучшали этот продукт и его дизайн и благодаря приобретению прав ИС законно добились охраны для своих усовершенствований. Товарный знак на вашей ручке также является интеллектуальной собственностью, и он помогает производителю сбывать продукт на рынке и завоевывать преданную клиентуру.

И так происходит практически с любым продуктом или услугой на рынке. Возьмите, например, проигрыватель компакт-дисков. Патентная охрана, вероятно, получена на различные технические компоненты проигрывателя компакт-дисков. Его дизайн может охраняться с помощью прав на промышленный образец. Фабричная марка скорее всего охраняется с помощью товарного знака, а музыка, проигрываемая на проигрывателе компакт-диска, охраняется авторским правом.

Каким образом это влияет на ваш бизнес?

Независимо от того, какую продукцию ваше предприятие производит или какие услуги оно оказывает, по всей вероятности оно часто использует и создает интеллектуальную собственность. Если это так, то вы должны систематически обдумывать шаги, необходимые для охраны, управления и защиты интеллектуальной собственности с тем, чтобы получить от владения этой собственностью наилучшие коммерческие результаты. Если вы используете интеллектуальную собственность, принадлежащую другим лицам, то тогда вы должны подумать о ее покупке или о приобретении прав на ее использование путем получения лицензии с тем, чтобы избежать споров и последующей дорогостоящей тяжбы.

Почти каждое МСП имеет торговое наименование или одно или несколько товарных знаков и должно заботиться об их охране. Большинство МСП располагает ценной и конфиденциальной деловой информацией - от списков клиентов до торговой тактики, которые им, по-видимому, необходимо будет охранять. Многие МСП создают художественные оригинальные дизайны. Многие выпускают или участвуют в выпуске публикаций, в распространении или в розничном сбыте произведений, охраняемых авторским правом. Некоторые МСП изобретают или улучшают продукты и услуги. Во всех таких случаях вашему МСП следует подумать о том, как наилучшим образом использовать систему ИС в своих собственных интересах. Запомните, что ИС может помочь вашему МСП практически во всех аспектах вашего делового развития и стратегии конкуренции: от разработки продукта до его проектирования, от оказания услуг до маркетинга и от сбора финансовых средств до экспорта или расширения вашего бизнеса за границей с помощью лицензии или франшизы.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

Чтобы понять как все это и многое другое происходит внимательно прочитайте страницы на этом веб-сайте и откройте для себя мир интеллектуальной собственности, а также те возможности, которые она предлагает вашему МСП.

Как может интеллектуальная собственность повысить рыночную стоимость вашего МСП?

Очень часто МСП не оценивают должным образом стоимость интеллектуальной собственности (ИС) и недооценивают ее потенциал в плане предоставления возможностей для получения в будущем прибыли. Однако, когда ИС находится под правовой охраной и имеется спрос на продукцию и/или услуги, охраняемые на рынке правами интеллектуальной собственности, интеллектуальная собственность может стать **ценным деловым активом**.

- ИС может принести доход вашему МСП благодаря лицензированию, продаже или коммерциализации продуктов и услуг, охраняемых правами интеллектуальной собственности, что может существенно увеличить долю вашего предприятия на рынке и увеличить чистую прибыль.
- Права ИС могут повысить стоимость или ценность вашего МСП в глазах инвесторов и финансовых учреждений.
- В случае продажи, слияния или приобретения активы ИС могут существенно повысить стоимость вашего предприятия и зачастую могут быть главными и единственными истинно ценными активами.

Поэтому стратегическое использование активов ИС может существенно повысить конкурентоспособность вашего МСП. МСП должны убедиться в том, что они готовы противостоять имеющимся проблемам и принять меры для использования своей ИС и возможной ее охраны. Подобно материальным активам, активы ИС должны приобретаться и сохраняться (см. [«Как может ваше МСП получить и сохранить охрану интеллектуальной собственности»](#)), учитываться, оцениваться, находиться под пристальным контролем и аккуратно управляться с тем, чтобы можно было эффективно задействовать их стоимость ([«Управление активами интеллектуальной собственности вашего МСП»](#)). Но прежде чем сделать это МСП должны признать ценность ИС и рассматривать ее как ценный деловой актив.

Интеллектуальная собственность как деловой актив

В общем плане активы предприятия могут быть разделены на две категории: материальные активы – включая здания, оборудование, финансовые активы и инфраструктуру – и нематериальные активы – начиная от «человеческого» капитала и ноу-хау до идей, клейма, дизайнов и других неосязаемых результатов творческой и инновационной деятельности компании. Традиционно, материальные активы составляют основную часть стоимости компании и считается, что именно они в значительной степени определяют конкурентоспособность предприятия на рынке. В последние годы ситуация в этом вопросе существенно изменилась. Все в большей степени и главным образом в результате революции в области информационных технологий и роста сектора услуг компании осознают, что нематериальные активы часто приобретают большую ценность, чем материальные активы.

Короче говоря, мощное программное обеспечение и новаторские идеи все в большей степени заменяют огромные склады и фабрики в качестве основного источника дохода для большой и все возрастающей доли предприятий в мире. И даже в тех секторах, где традиционная технология производства остается доминирующей, постоянное новаторство и не прекращающийся творческий процесс становятся ключевыми для обеспечения большей конкурентоспособности предприятия на жестких конкурентных рынках как внутри страны, так и на международном уровне. Поэтому нематериальные активы привлекают все большее внимание предприятий и МСП должны стремиться к лучшему использованию своих нематериальных активов.

Одно из важнейших направлений в усилиях по обеспечению этого – это правовая охрана нематериальных активов и, в тех случаях, когда они отвечают критерию охраны интеллектуальной собственности, приобретение и сохранение прав ИС. Права ИС могут приобретаться в частности для следующих категорий нематериальных активов:

- Новаторские продукты и процессы (с помощью [патентов](#) и [полезных моделей](#));
- Культурные, художественные и литературные произведения, включая также в большинстве стран компьютерное программное обеспечение и подборки данных (с помощью [охраны авторских](#) и смежных прав);
- Художественные дизайны, включая дизайны текстиля (с помощью прав на [промышленные образцы](#));
- Отличительные знаки (главным образом с помощью охраны [товарных знаков](#), включая [коллективные и сертификационные знаки](#), но в некоторых случаях с помощью географических указаний; см. ниже);
- Микросхемы (с помощью охраны топологии интегральных микросхем);
- Наименования для товаров данного качества или репутации, относимых на счет географического происхождения (с помощью охраны [географического указания](#)); и
- [Промышленные секреты](#) (с помощью охраны неразглашенной информации коммерческого характера).

ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ КАК КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЕ

Правильное размещение капиталовложений исключительно важно для повышения рыночной стоимости вашего МСП. Капиталовложения в оборудование, собственность, разработку продукции, маркетинг и исследования могут существенно укрепить финансовое положение вашей компании, расширив ее базу активов и повысив будущую производительность. Приобретение интеллектуальной собственности может иметь такой же эффект. Стоимость вашей компании на рынке оценивается с учетом ее активов, текущих деловых операций и ожидаемой прибыли. На прогнозы в отношении будущей прибыли существенное значение может оказать приобретение ключевых патентов. Имеются многочисленные примеры МСП, которые очень быстро повысили свою рыночную стоимость после приобретения важных патентов в ключевых технологиях. Подобным образом хороший товарный знак с хорошей репутацией среди потребителей может также повысить нынешнюю стоимость вашей компании и внести решающий вклад в обеспечение большей привлекательности для потребителей продукции и услуг вашей компании. Поэтому капиталовложения в создание ценного портфеля ИС являются не просто мерой защиты от потенциальных конкурентов. Именно таким путем можно повысить рыночную стоимость вашей компании и поднять прибыльность в будущем.

СТОИМОСТЬ АКТИВОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Важной особенностью правовой защиты интеллектуальной собственности является тот факт, что она превращает нематериальные активы в исключительные права собственности, пусть даже на ограниченный период времени. Она позволяет вашему МСП предъявлять свое право собственности на нематериальные активы и эксплуатировать их в максимальной степени. Короче говоря, охрана ИС делает нематериальные доходы «немного более материальными», превращая их в ценные исключительные активы, которые часто могут стать объектом торговли на рынке.

Если новаторские идеи, творческие образцы и фабричные марки вашего МСП не охвачены охраной с точки зрения прав ИС, то тогда они могут свободно и на законном основании использоваться без каких-либо ограничений любым другим предприятием. Однако, если они охраняются правами ИС, они приобретают конкретную стоимость для вашего предприятия, поскольку они становятся правами собственности, которые не могут быть пущены в оборот или использоваться без вашего разрешения.

Все чаще инвесторы, брокеры на рынке акций и финансовые консультанты осознают эту реальность и дают более высокую оценку активам ИС. Предприятия во всем мире все чаще признают ценность своих активов ИС и иногда включают их в свою балансовую ведомость. Многие предприятия, включая МСП, стали проводить периодическую инвентаризацию технологий и интеллектуальной собственности. В ряде случаев предприятия понимают, что фактически их активы ИС стоят больше, чем их материальные активы. Это часто относится к компаниям, действующим в наукоемких и

инновационных секторах, или к компаниям, обладающим хорошо известной фабричной маркой.

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ВАШЕЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Один из способов, с помощью которого ваше МСП может приобрести лучшие возможности для того, чтобы превратить в капитал потенциальные преимущества своих активов ИС и извлечь из них всевозможную пользу – это провести инвентаризацию ИС. В идеальном случае это должно быть сделано профессиональными экспертами в области ИС, но зачастую предварительную инвентаризацию ИС могут провести сотрудники вашей компании. Этот процесс подразумевает идентификацию, контроль и оценку активов ИС вашего МСП с тем, чтобы вы могли убедиться, что используете ее на сто процентов. Предпринимая такой шаг, ваше МСП сможет принять информированное решение, когда встанет вопрос о:

- **Приобретении активов ИС** - Знания об интеллектуальной собственности вашей компании и о ее ценности помогут вам, когда вы будете принимать решение о том, какой вид прав ИС необходимо приобретать и сохранять и как лучше управлять активами ИС вашего МСП (см. [«Как может ваше МСП получить и сохранить охрану интеллектуальной собственности?»](#)) и [«Управление активами интеллектуальной собственности вашего МСП»](#)).
- **Слияниях и приобретениях** – Информация о том, какие активы ИС принадлежат вашему МСП, может привести к существенному повышению стоимости вашего МСП. Это произойдет потому, что инвесторы будут оценивать компанию с учетом ожидаемой прибыли, которая в значительной степени может основываться на эксплуатации прав ИС.
- **Лицензировании** – Ваше МСП может увеличить приток наличности (доходов), давая лицензию на свои права ИС третьей стороне (см. [«Лицензирование интеллектуальной собственности – важнейший компонент деловой стратегии вашего МСП»](#)). Инвентаризация ИС поможет вашему МСП определить стоимость вашей собственной ИС с тем, чтобы получить максимальную пользу от лицензионных соглашений. Получаемый от этого доход имеет потенциальные возможности повысить рыночную стоимость вашего МСП.
- **Залог** – Хорошо организованный портфель ИС может также использоваться в качестве залога. В таких случаях кредиторы будут использовать ваши активы ИС для определения кредитоспособности вашего МСП (см. [«Может ли ваше МСП использовать активы интеллектуальной собственности для финансирования?»](#)).
- **Защите** – Информация о стоимости ваших активов ИС поможет вашему МСП принять решение о целесообразности судебного преследования нарушений и о виде таких действий, определяемом в каждом конкретном случае.
- **Сокращении расходов** – Правильно ведущийся реестр ИС поможет вам выявить устаревшие активы ИС (тем самым позволив вам сократить расходы на содержание активов ИС), избежать нарушения прав ИС других людей, и т.д. Это несомненно приведет к сокращению расходов.

Формируя культуру сертификации и совершенствования активов ИС и стратегически их используя, предприятие может увеличить свои доходы, получить преимущество над своими конкурентами и занять прочные позиции на рынке. Такие меры стратегического характера могут привести к повышению рыночной стоимости вашего МСП.

Каким образом вы превращаете изобретения в прибыльные активы вашего МСП?

В основе успешной работы предприятий лежат новаторские и творческие идеи. Однако сами по себе идеи не представляют большой ценности. Их нужно разработать, превратить в новый продукт или услугу и успешно выйти с ними на рынок с тем, чтобы позволить вашему МСП извлечь выгоду из вашей новаторской и творческой деятельности. В частности, [патенты](#) на интеллектуальную собственность могут быть важными для превращения новаторских идей и изобретений в конкурентоспособную продукцию, которая существенно увеличит чистую прибыль.

Ваше МСП может также использовать патенты для получения дохода в виде роялти после лицензирования таких запатентованных изобретений другим фирмам, которые обладают потенциалом для их коммерциализации. Это может не только сэкономить деньги вашего МСП, но и обеспечить вам приток доходов за счет вашего изобретения или изобретений служащих вашего МСП без необходимости инвестировать средства в их коммерциализацию.

Практическую информацию о расходах на патентирование, о времени, необходимом для выдачи патентов, и другие [часто задаваемые вопросы](#) см. ссылку или свяжитесь с вашим национальным ведомством ИС.

ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ПАТЕНТОВАНИЯ ВАШИХ ИЗОБРЕТЕНИЙ

- **Исключительные права** – патенты предоставляют исключительные права, которые обычно позволяют вашему МСП использовать и эксплуатировать изобретение в течение двадцати лет с даты подачи заявки на патент.
- **Прочное положение на рынке** – благодаря этим исключительным правам вы можете помешать другим использовать в коммерческих целях ваше запатентованное изобретение, тем самым снизив накал конкуренции и закрепившись на рынке в качестве исключительного игрока.
- **Высокая отдача от капиталовложений** – затратив значительную сумму денег и времени на разработку новой продукции, ваше МСП может под прикрытием этих исключительных прав пустить в коммерцию изобретение, позволяющее вашему МСП получать более высокую отдачу от капиталовложений.
- **Возможность лицензировать или продать изобретение** – если вы решите не эксплуатировать патент сами, вы можете продать его или сдать в лицензию право на его коммерциализацию другому предприятию, что будет одним из источников дохода для вашего МСП.
- **Усиление позиций на переговорах** – если ваше МСП находится на стадии приобретения прав на использование патента другого предприятия через лицензионный контракт, ваш патентный портфель укрепит ваши позиции на переговорах. Другими словами может оказаться, что ваши патенты будут

представлять существенный интерес для предприятия, с которым вы ведете переговоры и которое может заключить с вами соглашение о перекрестном лицензировании, в рамках которого патентные права могут стать объектом обмена между вашим предприятием и другими предприятиями.

- **Позитивный имидж вашего предприятия** – деловые партнеры, инвесторы и акционеры могут воспринимать патентный портфель как проявление высокого уровня компетентности, специализации и технического потенциала вашей компании. Это может оказаться полезным для сбора средств, финансирования деловых партнеров и повышения рыночной стоимости вашей компании.

Документы “Формулирование стратегии развития интеллектуальной собственности для предприятий” (имеется в форматах [Adobe PDF](#) [английский]) и “Роль прав ИС в повышении конкурентоспособности и в развитии предприятий” (имеются в форматах [Adobe PDF](#) [английский]) дают представление о том, как разрабатывать патентную стратегию вашего МСП.

Во многих случаях, когда какое-либо предприятие лишь просто усовершенствовало уже существующий продукт и указанные усовершенствования не являются достаточно новаторскими, чтобы считаться патентоспособными, [полезные модели](#) (или «малые патенты» или «полезные инновации») могут представлять собой хорошую альтернативу, если это предусмотрено в данной стране. Иногда можно посоветовать вашему МСП рассматривать свои инновации [в качестве промышленных секретов](#), которые в частности требуют принятия достаточных мер для сохранения конфиденциальности информации. МСП, занимающимся изобретательской деятельностью, можно рекомендовать проконсультироваться с патентными базами данных для того, чтобы выяснить относительно существующих технологий, выявить партнеров по лицензии в случае уже существующей технологии и избежать дублирования в исследовательской работе. Имеется также более всесторонний анализ важности поиска по [патентным фондам](#).

ЧТО ПРОИСХОДИТ, ЕСЛИ ВЫ НЕ ПАТЕНТУЕТЕ ВАШИ ИЗОБРЕТЕНИЯ?

- **Кто-либо другой может запатентовать их** – в большинстве стран (за исключением Соединенных Штатов Америки) первое лицо или предприятие, подавшее заявку на выдачу патента в отношении какого-либо изобретения, будет иметь право на патент. Фактически это может означать, что, если вы не патентуете ваши изобретения или изобретения служащих вашего МСП, кто-либо другой – кто, возможно, разработал то же или эквивалентное изобретение позднее – может сделать это и законным образом устранить ваше предприятие с рынка, ограничить его деятельность прошлым использованием, если патентное законодательство предусматривает такое исключение, или предложить вашему МСП уплатить лицензионный сбор за использование изобретения.
- **Конкуренты воспользуются вашим изобретением** – если продукция продается с успехом, то многие другие конкурентные фирмы будут склонны выпускать такую же продукцию, используя ваше изобретение, но не будучи при этом обязанными платить за такое использование. Более крупные предприятия могут

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

воспользоваться преимуществами масштабов производства для изготовления более дешевой продукции и предложить более выгодную рыночную цену. Это может существенно сократить долю продукции вашей компании на рынке. Даже небольшие предприятия – конкуренты могут производить ту же продукцию и зачастую продавать ее по более низким ценам, поскольку им не нужно возмещать те расходы на исследования и разработки, которые понесло ваше МСП.

- **Возможности давать лицензию, продавать или передавать технологию будут серьезно подорваны** – без прав ИС передача технологии будет весьма трудной, если не невозможной. Передача технологии предполагает наличие права собственности на технологию, которая может быть реально получена лишь благодаря соответствующей охране ИС. Более того, каждый раз, когда проходят переговоры о передаче какой-либо технологической разработки без наличия охраны ИС в отношении данной технологии, стороны с подозрением относятся к раскрытию их изобретений, опасаясь, что другая сторона может «скрыться с изобретением». Охрана ИС, и в частности патентная охрана, является важной для приобретения технологии через посредство ее лицензирования.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ

Более подробную информацию о том, как патенты могут помочь МСП задействовать свой новаторский потенциал, вы можете найти в следующих документах:

- «Формулирование стратегии развития интеллектуальной собственности для предприятий» (см. **WIPO/IP/HAN/98/7(b)** в формате [Adobe PDF](#) [английский]).
- “Использование глобализационного потенциала МСП в эру глобализации” (см. **WIPO/IP/MIL/01/1 (B)** в формате [Adobe PDF](#) [английский]).
- “Роль прав ИС в повышении конкурентоспособности и в развитии предприятий” (см. **WIPO/IP/HAN/98/5(b)** в формате [Adobe PDF](#) [английский]).
- Базовый обзор проблем патентов и патентоспособных изобретений см. в документе: “Охрана изобретений: патенты и другие охраняемые документы” (см. **WIPO/IP/ADD/97/2** в формате [Adobe PDF](#) [английский]).
- “Поиск эффективных патентов” (<http://www.fplc.edu/tfield/sEeking.htm>).

Почему интеллектуальная собственность важна для маркетинга продуктов и услуг вашего МСП?

Для большинства малых и средних предприятий (МСП) маркетинг продукции и услуг является одной из серьезных проблем. Маркетинговая стратегия должна устанавливать четкую связь между вашей продукцией и услугами и вашим МСП, как производителем или провайдером такой продукции или услуг. Другими словами потребители должны иметь возможность с первого взгляда проводить различие между вашей продукцией и услугами и продукцией и услугами ваших конкурентов и ассоциировать их с определенным желаемым качеством.

Интеллектуальная собственность, в случае ее эффективного использования, является важным инструментом для создания имиджа вашего бизнеса в представлении ваших нынешних и потенциальных клиентов или для локализации вашего бизнеса на рынке. Права ИС в сочетании с другими инструментами маркетинга (такими как реклама и другие мероприятия по продвижению товаров) являются важными для того, чтобы:

- Отличать вашу продукцию и услуги и делать их легко узнаваемыми
- Продвигать вашу продукцию и услуги и приобретать верную клиентуру
- Диверсифицировать вашу рыночную стратегию с учетом различных целевых групп
- Сбывать вашу продукцию и услуги в других странах (см. «Как может интеллектуальная собственность расширить экспортные возможности вашего МСП?»)

ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И МАРКЕТИНГ

Различные права ИС могут способствовать осуществлению вашей маркетинговой стратегии различным образом:

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ И ЗНАКИ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Искусно созданный [знак](#) зачастую является решающим инструментом для успеха вашего МСП на рынке. Он позволяет потребителям отличать продукцию и услуги вашего МСП от продукции и услуг ваших конкурентов и ассоциировать вашу продукцию и услуги с желаемым качеством. Кроме того, знак может быть важным для способности вашей продукции и услуг проникать на новый рынок особенно, если в момент выбора или создания знака делается все возможное для того, чтобы он апеллировал к целевому рынку. Важно, чтобы вы провели поиск конфликтующих знаков до подачи заявки или использования нового знака на вашей продукции и услугах. Для этой цели вы, возможно, пожелаете воспользоваться услугами компетентного юриста или представителя. Это оградит ваше МСП от излишних расходов в том случае, если на целевом рынке уже

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

имеется идентичный или конфликтующий знак (см. [«Поиск по фондам товарных знаков»](#)).

Коллективные знаки

Использование [коллективного знака](#) (кооперативом или ассоциацией предприятий) позволяет МСП членам пользоваться репутацией, полученной на основе общего происхождения или других общих характеристик товаров, произведенных, или услуг, оказанных, различными предприятиями. В частности, это верно в том случае, когда происхождение или другие общие характеристики являются основным решающим фактором для определения качества или хорошего вкуса продукта или услуги.

Использование коллективного знака может способствовать созданию союза или облегчить сотрудничество с другими МСП в целях эффективного использования общих ресурсов.

Промышленные образцы

В условиях нынешней глобальной экономики, основанной на конкуренции, визуально привлекательный образец может помочь вам покорить требовательную и исключительно разнообразную клиентуру. Благодаря художественным образцам ваше МСП может выйти на различные группы потребителей разных возрастных групп, регионов, культур и т.д. Получение [права на образец](#) в отношении привлекательной формы или стиля продукции может дать вам столь необходимое преимущество над конкурентами.

Географические указания

Некоторым продуктам из какого-либо конкретного региона присущи характеристики, обуславливаемые почвой, климатом или особым опытом проживающих в этом районе людей, которых ожидают от этих продуктов потребители и которым они доверяют.

Использование такой репутации вашей продукции, которая поступает из этого района или использует такие навыки, в рамках вашей торговой стратегии помогает отличать вашу продукцию от продукции других лиц. Важно отметить, что в случае такой продукции ваше МСП должно поддерживать стандарты и качество, ожидаемое от товаров, производимых в этом районе или с помощью такого опыта.

МАРКЕТИНГ ВАШЕЙ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Влияние электронной торговли на интеллектуальную собственность и ваше МСП

Интернет может открыть много возможностей для вашего МСП, но он может также создать целый ряд проблем для эффективной охраны и защиты прав интеллектуальной собственности в целом и для авторских и смежных прав, товарных знаков и патентов в частности. Охрана авторских и смежных прав в цифровом пространстве, возможность охраны с помощью патентов деловых методов в сфере электронной торговли, использование товарных знаков в качестве «ярлыков» и ключевых слов, нарушение прав товарного знака в результате использования знака в Интернет, сфера охраны

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

общеизвестных знаков и недобросовестная конкуренция в электронной торговле – это лишь некоторые спорные вопросы и проблемы, с которыми может столкнуться ваше МСП. Дополнительную информацию см. [«Интеллектуальная собственность в электронной торговле»](#).

Названия доменов

Если вы намереваетесь заниматься бизнесом через Интернет, то тогда вам необходим адрес в Интернете, технически известный как название домена. Несмотря на свою иную функцию названия доменов часто вступают в коллизию со знаками, которые используются для того, чтобы идентифицировать и отличать вашу продукцию и услуги от продукции и услуг ваших конкурентов. Поэтому вашему МСП следует избегать использования названия домена, которое уже охраняется другим предприятием в качестве товарного знака. Если ваше МСП сталкивается с использованием своего знака в качестве названия домена кем-либо из конкурентов, вы возможно пожелаете получить консультацию относительно того, как можно эффективно и недорого урегулировать этот спор. Хотя коллизии между знаками и названиями доменов могут быть урегулированы в судах, многие МСП могут предпочесть воспользоваться более быстрой и более дешевой процедурой в рамках механизмов альтернативного урегулирования споров (см. <http://ecommerce.wipo.int/primer/section3.html>). [Служба ВОИС по урегулированию споров в отношении названий доменов](#) является ведущим органом в этой области.

Дополнительные ссылки и документы:

- <http://europa.eu.int/ISPO/ecommerce/>
- <http://kite.tsa.de>

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Чтобы убедиться в том, что ваша программа маркетинга эффективно использует ваши права ИС, следует подумать о том, чтобы:

- Зарегистрировать или как можно быстрее добиться охраны ваших активов ИС для того, чтобы в полной мере использовать ваши права ИС при ведении рекламы и другой деятельности по продвижению вашей продукции.
- Внимательно проверить и убедиться в том, что ваше МСП не нарушает права ИС других лиц. В этом отношении можно рекомендовать провести поиск по фондам товарных знаков и патентов, прежде чем сбывать на рынке продукцию и услуги, которые могут вступить в коллизию с правами ИС, охраняемыми другими лицами или предприятиями.
- Использовать ваши права ИС или ссылаться на них в вашей рекламе и в других мероприятиях по продвижению товаров с тем, чтобы сообщить вашим нынешним и потенциальным клиентам об охране ИС вашей продукции и услуг.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

- Следить за положением дел на рынке и быть готовым вступить в контакт с юристом – специалистом по ИС или официальным органом защиты, если вы обнаруживаете нарушение ваших прав ИС, которое может наносить ущерб прибыли или репутации вашего МСП (см. [«Что должно делать ваше МСП для урегулирования споров, связанных с интеллектуальной собственностью?»](#)). Права ИС реально позволяют вам вести борьбу с незаконным копированием, имитацией и другими видами нарушений ваших прав. Национальное законодательство или прецедентное право могут также обеспечить защиту от таких проявлений недобросовестной конкуренции, как лживые утверждения, нацеленные на дискредитацию вашей продукции или услуг, утверждения, имеющие целью ввести публику в заблуждение в отношении характеристик вашей продукции и услуг и действия, которые нацелены на создание путаницы в отношении вашей продукции и услуг.

Может ли ваше МСП использовать активы интеллектуальной собственности для финансирования?

В последние годы все большее число людей понимает, что активы интеллектуальной собственности могут быть превращены в товар, т.е. деньги. Для этого имеются различные пути. ИС может быть продана, сдана в лицензию, использована как залог или гарантия для финансирования за счет займов или может являться дополнительной или альтернативной основой при поиске капитала от друзей, членов семьи, частных инвесторов (так называемых «спонсоров»), которые вкладывают деньги в неотирающиеся малые и средние предприятия (МСП) и часто предоставляют свой опыт и деловые навыки), венчурных капиталистов, специализированных банков и иногда даже от обычных банков. Кроме того, в большинстве стран правительства поощряют и поддерживают вновь созданные компании, занимающиеся высокими технологиями, и другие новаторские МСП с помощью грантов, гарантий, субсидий и/или программ льготных займов, которые предоставляются через различные государственные финансовые учреждения и банки, которые прямо или косвенно признают важность активов интеллектуальной собственности.

Поэтому вам в качестве владельца/управляющего МСП важно видеть в интеллектуальной собственности вашего МСП не только правовой актив, но и также финансовый инструмент.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АКТИВОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Активы ИС могут помочь вам укрепить ваши позиции для получения финансовых средств от инвесторов/кредиторов. Инвестор/кредитор, независимо от того кто это – банк, финансовое учреждение, венчурный капиталист или спонсор, проводя оценку запроса о помощи в виде капиталов или займа, выяснит, охраняется ли новый или новаторский продукт или услуга, предлагаемые МСП, патентом, полезной моделью, товарным знаком, промышленным образцом, авторскими или смежными правами. Такая охрана часто является хорошим показателем потенциала вашего МСП с точки зрения операций на рынке.

Таким образом право собственности на ИС важно для того, чтобы убедить инвесторов/кредиторов в открытых для предприятия рыночных возможностях с точки зрения коммерциализации данного продукта или услуги. Подчас один единственный крупный патент может открыть двери для целого ряда финансовых возможностей. Обладание правами ИС в отношении творческого результата или инноваций, связанных с продуктами или услугами, которые предприятие намерено выпустить на рынок,

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

гарантирует определенную степень исключительности и тем самым большую рыночную долю, если продукт/услуга завоюют успех среди потребителей.

Различные инвесторы/кредиторы могут по-разному оценивать ваши активы ИС и могут придавать различную степень важности правам ИС. Однако наметившаяся тенденция свидетельствует о все более широком использовании активов ИС в качестве источника сравнительных выгод для фирм. Таким образом инвесторы/кредиторы все чаще сосредотачивают свое внимание на фирмах, обладающих хорошо управляемым портфелем ИС, даже если они сталкиваются, в том числе в развитых странах, со многими новыми проблемами и задачами, пытаясь обезопасить свои интересы в интеллектуальной собственности.

Поэтому в качестве владельца/управляющего МСП вы должны предпринять шаги для того, чтобы понять коммерческую ценность активов ИС вашего МСП, обеспечить, при необходимости профессионалами, их точную оценку, и понять требования, необходимые для их надлежащего учета в бухгалтерских книгах и балансовом отчете. Прежде всего, убедитесь в том, что вы включили активы ИС вашего МСП в ваш бизнес план, когда вы представляете его потенциальным инвесторам/кредиторам.

СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ АКТИВОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ – НОВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ

Кредитование частично или полностью под активы интеллектуальной собственности - это достаточно новое явление, даже в развитых странах. Обеспечение залогом коммерческих кредитов и банковского финансирования путем предоставления права на владение долей в ИС является все более широкой практикой, особенно в сфере музыкального бизнеса, среди малых и средних предприятий, действующих на основе Интернет, и в секторе высоких технологий.

Секьюритизация обычно относится к объединению различных финансовых активов и к выпуску новых ценных бумаг, подкрепленных этими активами. В принципе этими активами могут быть любые претензии, которые имеют разумно предсказуемые потоки наличности, или даже будущие счета к получению, которые являются исключительными. Таким образом секьюритизация возможна для будущей уплаты роялти от лицензирования патента, товарного знака или промышленного секрета или музыкальных сочинений или прав записи музыканта. В действительности, одна из самых известных секьюритизаций последних лет связана с выплатой роялти рок-музыканта в США, в частности г-на Дэвида Бови.

В наши дни рынки ценных бумаг, основанных на активах интеллектуальной собственности, являются весьма небольшими, поскольку сфера покупателей и продавцов является весьма ограниченной. Однако, учитывая недавнее распространение масштабов обмена интеллектуальной собственностью в Интернет, можно сделать вывод о том, что это лишь вопрос времени и что рано или поздно все заинтересованные будут проявлять больший интерес и будут обладать большими возможностями для использования активов ИС в финансировании усилий по созданию предприятий и их расширению. По мере увеличения потоков наличности, порождаемых интеллектуальной собственностью, будут созданы большие возможности для секьюритизации.

ВАЖНОСТЬ ПРАВИЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ

Хотя секьюритизация, по всей видимости, приобретает все больший размах, обычные виды кредитования остаются для большинства МСП основным источником получения внешних финансовых средств. Практика предоставления кредитов, обеспеченных лишь активами ИС, пока еще не является весьма распространенной; по сути она чаще используется венчурными капиталистами, нежели банками. Если вы стремитесь использовать активы ИС в качестве залогового обеспечения для получения финансовых средств, ваши активы ИС будут иметь большие шансы быть принятыми в качестве такого обеспечения, если вы сможете доказать их ликвидность и они смогут получить отдельную от вашего бизнеса оценку. Кроме того, вы должны показать, что ваши активы ИС являются долговечными, по крайней мере на период, в течение которого вы должны выплачивать кредит, и годятся для продажи на рынке в случае утраты права пользования или банкротства.

В этом отношении важно идентифицировать все активы ИС вашего МСП и получить объективную оценку выявленных активов от фирмы, компетентной сделать ее. Значение процессов управления ИС, которые идентифицируют, регистрируют, следят и дают количественную оценку вашим активам ИС, становится все более важным в условиях экономики, основанной на использовании Интернет. Это является еще одним основанием для вас, чтобы разъяснить служащим объем и ценность активов ИС, включая промышленные секреты, которые можно использовать как обеспечение для кредита. Действительно, в наши дни оценка интеллектуальной собственности считается весьма субъективной как кредиторами, так и заемщиками. Хотя уже существует хорошо обоснованная методика оценки, она считается либо слишком субъективной, либо не понятной для большинства людей. Однако все более широкое использование поступающих от лицензирования роялти для определения стоимости интеллектуальной собственности – это отрадное явление для подкрепления приемлемости активов интеллектуальной собственности в качестве ценных активов, обеспечивающих гарантию для финансирования за счет займов и участия в долевом капитале предприятия. Поэтому руководителям МСП важно учитывать этот момент в процессе поиска финансовой помощи, в частности, и при разработке своей деловой стратегии и бизнес плана, в целом.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИС ПРИ РАЗРАБОТКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Чем вам может быть полезен бизнес-план?

Бизнес-план - это механизм, обеспечивающий рентабельное использование деловых ресурсов или активов на протяжении всего периода деятельности по разработке и сохранению конкурентоспособности на рынке. Для нового предприятия - это схема для достижения успеха, а для действующего предприятия - обзор состояния дел на настоящий момент, каким образом предприятие оценивает себя и какими путями оно достигает свои цели, чтобы стать и оставаться успешным.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

Составление хорошего бизнес-плана требует значительной работы. Тогда возникает вопрос, что оправдывает время и энергию, которые вы затрачиваете на создание такого плана? Бизнес-план может быть использован в разнообразных целях:

- **для изучения целесообразности вашей деловой идеи:** Изложенный на бумаге бизнес-план заставляет компанию продумать все ключевые вопросы, в частности потенциальную потребность в ее продуктах или услугах, характер конкуренции, барьеры на пути к проникновению на рынок, единое предложение о продаже новых или улучшенных продуктов или услуг, необходимые ресурсы, критическое число рабочей силы, соответствующие технологии и стратегические партнеры, получение фондов, прогнозируемые начальные издержки, стратегия маркетинга и пр.
- **для доступа к начальным услугам и финансированию:** Деловые инкубаторы и потенциальные инвесторы и кредиторы требуют наличия хорошо сформулированного и реалистичного бизнес-плана. Как правило это не так, поэтому неудивительно, что около 80% бизнес-планов, полученных инвесторами и бизнес инкубаторами, отвергаются.
- **для обеспечения стратегического руководства:** Бизнес-план является отправной точкой, предоставляющей вам и вашей руководящей команде объективную основу для определения способности предприятия реализовать свои цели в течение намеченного времени и при использовании имеющихся в наличии ресурсов.
- **для установления стандарта/статистической базы,** на которые должны ориентироваться дальнейшие деловые решения и результаты. в процессе развития предприятия этот стандарт/статистическая база могут изменяться и в качестве такового, бизнес-план является динамичным документом, который должен пересматриваться на основе новых и развивающихся обстоятельств.

Почему необходимо интегрировать в ваш бизнес-план интеллектуальную собственность?

Новые или оригинальные знания и творческое выражение идей является движущей силой успешного предприятия в 21-м веке. Поэтому гарантия таких знаний и творческого выражения от нежелательного раскрытия или неправомерного использования конкурентами становится все более важной для развития и сохранения преимуществ конкуренции. Создание предприятия также требует различных видов других ресурсов, включая целые сети взаимосвязей и источников финансирования. Система охраны интеллектуальной собственности (ИС) предоставляет ключевой инструмент для (1) сдерживания недобросовестных конкурентов, (2) развития взаимосвязи с сотрудниками, консультантами, поставщиками, субподрядчиками, деловыми партнерами и покупателями и (3) получения фондов.

В целях принятия деловым инкубатором или привлечения инвестиций необходимо подготовить качественный бизнес-план, который объективно рассматривает перспективы предлагаемого предприятия. Для того, чтобы убедить инвесторов вам будет необходимо показать, что (1) ваш продукт пользуется спросом на рынке, (2) ваш продукт по своим качествам превосходит конкурирующие продукты, при наличии таковых, и (3) вы

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

предприняли достаточные шаги в целях предотвращения «безбилетного» использования вашего успеха недобросовестными конкурентами.

Большинство предпринимателей выдвигает аргумент, что их продукция является новаторской, уникальной или превосходит по своим качествам продукцию конкурентов. Но так ли это в действительности? Если вы полагаете, что это так, вы должны будете доказать это и самым лучшим доказательством новизны продукции может быть патент (или результаты проведенного надежного патентного поиска).

Фирменные наименования, товарные знаки и названия доменов могут являться первостепенными элементами, отличающими вашу продукцию от продукции конкурентов. Поэтому предлагаемые вами фирменное наименование, товарный знак (знаки) и предлагаемое название (названия) доменов должны тщательно отбираться и в вашем бизнес-плане должны быть отражены шаги, предпринятые в направлении регистрации таких объектов.

Кроме того, на начальном этапе провайдеры услуг и инвесторы захотят убедиться, что предлагаемый вами к продаже продукт не использует без разрешения коммерческую тайну других компаний, материалы, охраняемые авторским правом, патентами или другими правами ИС, поскольку это может привести к краху вашего предприятия в ходе дорогостоящего судебного разбирательства. В некоторых секторах высоких технологий риск нарушения прав ИС, принадлежащих третьим сторонам, очень высок и на начальном этапе провайдеры услуг и инвесторы с неохотой берут на себя такой риск, если вы не докажете (путем проведения поиска в области патентов или товарных знаков), что такого риска не существует.

Для многих отраслей деловой практики конфиденциальность деловой информации (такой, как подробности процесса производства, секретные изобретения, а также техническое, финансовое и связанное с маркетингом «ноу-хау») сама по себе может быть источником конкурентных преимуществ. В таких обстоятельствах важно уведомить на начальном этапе провайдеров услуг и инвесторов, что ваше предприятие обладает правами собственности и важной деловой информацией, известной под названием «коммерческая тайна», и что вы предприняли необходимые шаги для ее охраны от своих работников и конкурентов. Фактически, даже ваш бизнес-план по существу является секретным документом, который не должен раскрываться, за исключением случаев необходимости и даже здесь, как правило, после того, как сотрудник, инвестор или другое заинтересованное лицо сначала подпишет соглашение о нераскрытии или конфиденциальности информации.

Короче говоря, если ИС является важным активом вашего предприятия (т.е. если вам принадлежат патенты или патентуемые технологии, промышленные образцы, коммерческие секреты, зарекомендовавшие себя товарные знаки или экономические права на произведения, охраняемые авторским правом), то это должно стать ключевой частью вашего бизнес-плана. Адекватная ссылка на активы компании и ее рыночный потенциал должна быть сделана не только путем перечисления материальных активов (т.е. фабрик, оборудования, капиталов и пр.), но также и нематериальных активов, поскольку они приобретают все более важное значение для успеха компании в исключительно конкурентной среде. **Как таковое любое указание, которое подтверждает факт надлежащего управления активами ИС, скорее всего будет играть важную роль на**

начальном этапе в успешном убеждении провайдеров услуг и инвесторов в потенциальных возможностях вашей компании.

Каким образом ИС могут быть интегрированы в процесс составления бизнес-планов?

Написание плана требует хорошей подготовки. Перед составлением проекта вашего бизнес-плана вам необходимо продумать ряд вопросов. Вам необходимо осознать характер вашего предприятия; какие ресурсы потребуются для достижения ваших деловых целей; какими будут ваши целевые рынки; какова жизнеспособность и потенциал роста предприятия и пр. Вам также придется идентифицировать коммерческую актуальность активов ИС, либо принадлежащих вам, либо к которым вы имеете законный доступ, а также ресурсов, необходимых для получения и сохранения этих активов. Приводимый ниже обзор перечисляет некоторые ключевые моменты в связи с ИС, которые вам необходимо рассмотреть при подготовке вашего бизнес-плана. Важность различных вопросов будет зависеть от особенностей вашей ситуации и характера предприятия. Кроме того, этот перечень не является исчерпывающим и в зависимости от ваших обстоятельств могут быть рассмотрены многие дополнительные вопросы. Однако, ответы на эти вопросы могут помочь вам интегрировать активы ИС в процесс составления вашего бизнес-плана.

1. Какие активы ИС принадлежат вам?

- Идентифицируйте и классифицируйте ваш портфель в области ИС. Это неизменно включает конфиденциальную информацию/коммерческую тайну, фирменное наименование (наименования) и товарный знак (знаки), также зачастую названия доменов, промышленные образцы и авторское право и смежные права, и иногда полезные модели и патенты на изобретения.
- Какие другие нематериальные активы принадлежат вам? В этом контексте также рассмотрите соглашения о франшизе, лицензировании и распространении, права на публикацию, договоры, информационные базы данных, программное обеспечение компьютерных систем, профиль маркетинга, профессиональный опыт управления, сеть распределения, технические навыки и пр.

2. Каков статус вашего портфеля ИС?

- Имеется ли у вас система идентификации ваших активов ИС? Есть ли у вас портфель ИС? Когда он был создан? Кто является его создателем?
- Какие из имеющихся у вас активов ИС могут быть зарегистрированы? При наличии таковых, зарегистрированы ли они уже или их еще предстоит зарегистрировать? Зарегистрированы ли они также в иностранных государствах/на экспортных рынках? Следует ли продлить регистрацию? Если да, то когда?
- Проводите ли вы или планируете ли вы проведение ревизий активов ИС? Если да, какова их периодичность и кто их проводит?

3. Каким образом вы планируете охранять ваши активы ИС?

- Если вы коммерчески используете ваши активы ИС (будь то корпоративная коммерциализация или при участии партнера), существует ли у вас соглашение на владение или совместное владение вашими активами ИС?
- Если вы поручаете кому-либо часть вашей деловой активности, имеются ли у вас надлежащие контракты, обеспечивающие ваши права ИС на порученную работу и запрещают ли они другим лицам использовать преимущества или коммерциализировать вашу продукцию без вашего предварительного разрешения?
- Насколько легко или трудно другим лицам надлежащим образом приобрести или скопировать вашу секретную деловую информацию? Какие меры приняты для сохранения секретности вашей конфиденциальной деловой информации? Действует ли у вас единая политика безопасности и соответствующий план применительно к вашим физическим и электронным активам? Если вы коммерчески используете ваши активы ИС (будь то корпоративно или с партнером), есть ли у вас соглашения, поддерживающие конфиденциальность вашей секретной деловой информации? Включили ли вы положения о конфиденциальности или нераскрытии информации, или оговорку о неправомерности в соглашение о найме с вашими ключевыми сотрудниками и деловыми партнерами?
- Обеспечили ли вы положение, при котором конфиденциальная деловая информация/коммерческие тайны не помещаются или не утрачиваются в силу помещения на вашем веб-сайте? Свободны ли все ваши заголовки адресатов ресурсов (URL) от конфиденциальной информации? Предоставляют ли ваши веб-страницы связи со страницами, которые содержат конфиденциальную информацию?

4. Насколько важны активы ИС для успеха вашего предприятия?

- В какой степени в настоящее время используются ваши активы ИС, являются ли они потенциально полезными или больше не приносят пользы вашему предприятию?
- Зависит ли коммерческий успех вашего предприятия от активов ИС, будь то ваши собственные или лицензированные активы? От каких видов активов ИС это зависит?
- Обладаете ли вы новыми продуктами или способами, которые обеспечат уникальные конкурентные преимущества? Если да, смогут ли они революционизировать данную отрасль? Можно ли обеспечить защиту ассоциируемых прав ИС, предоставляя дополнительную дифференциацию и препятствуя выходу конкурентов на рынок?
- Какие конкурентные преимущества обеспечивают вашему предприятию ваши активы ИС (будь то собственные или лицензированные активы)? Проведите оценку и объясните каким образом ИС обеспечивает или дополняет ценность вашим покупателям и содействует развитию устойчивого уровня конкурентоспособности?

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

- Являются ли ваши коммерческие тайны, патенты, товарные знаки, произведения, охраняемые авторским правом, и промышленные образцы достаточными для охраны указанных аспектов, определяющих успех вашего предприятия?

5. Владете ли вы сами всеми необходимыми активами ИС или же вы должны также полагаться на активы ИС, принадлежащие другим лицам?

- Принадлежат ли вам используемые вами активы? Можете ли вы доказать это? Располагаете ли вы записями, регистрациями, контрактами или другими доказательствами, которые могут потребовать инвесторы, деловые партнеры или суд? Удалось ли вам идентифицировать любой потенциальный иск третьих сторон в отношении принадлежащей вам ИС (например, промышленных спонсоров или клиентов по контракту на исследования)?
- Уверены ли в том, что не нарушаете права ИС, принадлежащие другим лицам? Можете ли вы доказать это (т.е. проводили ли вы поиск в области патентов, товарных знаков и/или промышленных образцов)? Проверили ли вы тот факт, что любой из ваших ключевых сотрудников, который ранее работал на конкурента, связан положениями о неразглашении или непредоставлении конфиденциальной информации, заключенным с предшествующим работодателем (работодателями). Необходим ли вам доступ к ИС, принадлежащей третьим сторонам, в целях исследования вашей деловой идеи? Предоставлялась ли вам необходимая лицензия (лицензии) для использования ИС, которая не принадлежит вам?
- Подписали ли вы соглашение о конфиденциальности или нераскрытии информации с вашим ключевым персоналом, подрядчиками, консультантами или другими внешними поставщиками, которые используют в вашем предприятии любой вид ИС, который они разработали в процессе работы на вас?
- При использовании услуг внешних подрядчиков для целей разработки и составления ваших материалов по маркетингу и продвижению на рынке ваших товаров и услуг или страниц вашего веб-сайта, указывают ли подрядчики, кто является владельцем ИС, которая будет создана? Если сотрудники делают это, входит ли эта работа в объем их индивидуального соглашения о найме? Если нет, тогда зафиксировали ли вы в письменном виде передачу авторского права или других соответствующих прав ИС? Имеете ли вы надлежащее разрешение на использование письменных материалов, графики, фотографии, музыки или других объектов, созданных третьими сторонами, на использование в вашем веб-сайте или каким-либо другим образом?
- Содержит ли ваш веб-сайт метатеги, гиперсвязи, фреймы или другие глубокие связи с другими веб-сайтами? Имеется ли на это соответствующее разрешение заинтересованных третьих сторон?

6. Располагаете ли вы достаточными знаниями о стратегии ваших конкурентов в области ИС и об их портфелях ИС?

- Имеется ли у вас план сбора конкурентной информации? Собираете ли вы или планируете использовать информацию/ базы данных ИС для получения конкурентной информации о ваших конкурентах? Путем проведения поиска по реестрам патентов, товарных знаков и промышленных образцов вы можете получить подробную правовую, техническую и деловую информацию о деятельности конкурентов и их продуктах. Вы можете использовать эту информацию для оценки потенциальных возможностей ваших продуктов на рынке. Кроме того, проведение поиска по объектам ИС позволяет вам установить, можете ли вы охранять принадлежащую вам ИС, нарушаете ли вы права ИС третьих сторон и нарушают ли другие лица ваши права или существует ли вероятность нарушения принадлежащих вам прав ИС.
- Существуют ли какие-либо барьеры в контексте ИС для поступления ваших продуктов на конкурентный рынок, т.е. патенты, товарные знаки или промышленные образцы, которые подрывают лояльность покупателей к корпоративному имиджу конкурента, его маркировке и пр.?

7. Разработана ли у вас политика и стратегия в области ИС для целей вашего предприятия?

- Каким образом в настоящее время вы осуществляете идентификацию, охрану, использование и управление вашими активами ИС?
- Какие планы вы разработали в целях извлечения максимальной выгоды из коммерческого использования ваших активов ИС?
- Если у вас особая стратегия в области маркетинга? Планируете ли вы экспорт вашей продукции? Если да, использовали вы или планируете ли использовать региональные или международные системы подачи или регистрации (в частности Договор о патентной кооперации, Мадридскую систему или Гаагское соглашение) для целей патентных заявок и регистрации товарных знаков или промышленных образцов?
- Оценили ли вы потенциал коммерческого использования некоторых или всех ваших активов ИС частично или целиком за счет лицензирования, франшизы и/или их продажи?
- Проводите ли вы периодическую и независимую ревизию ваших активов ИС? Была ли произведена оценка принадлежащих вам активов ИС? Осуществлялось ли это независимыми экспертами?
- Насколько глубоко вы изучили вопросы в связи с налогообложением и инициативами в связи с коммерциализацией ваших активов ИС? Могут существовать связанные с налогообложением реквизиты (в частности такие, как регистрация) применительно к коммерческому использованию ваших активов ИС. Налогообложение доходов и расходов в результате коммерческого использования ваших активов ИС может значительно отличаться от бухгалтерских выкладок. Могут существовать меры оказания правительственной финансовой помощи в связи с активами ИС и их коммерциализацией.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

- Планируете ли вы использование ваших активов ИС в качестве ценных бумаг или под обеспечение залога, либо создание ходовых ценных бумаг на рынке ценных бумаг? Какова возможность секьюритизации будущих доходов в связи с пакетом/портфелем ваших активов ИС?
- Существует ли у вас программа обучения персонала, охватывающая управление и охрану ваших активов ИС?

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ

Европейская сеть спонсоров бизнеса (<http://www.eban.org/>) поощряет обмен опытом между сетями покровителей бизнеса и оказывает косвенное влияние благодаря ряду консультативных и информационных функций, ответной реакции инвесторов в МСП и воспитательной и наставнической роли всех участников.

Веб-сайт Европейской ассоциации венчурного капитала (<http://www.evca.com/>) обеспечивает ссылки на большое число национальных ассоциаций венчурного капитала во всем мире.

Веб-сайт Европейской комиссии обеспечивает информацию и ссылки на источники финансирования для инновационной деятельности и ее коммерциализации.

«Инновационная инициатива 2000 г.»

(http://www.eib.org/Attachments/pj/pji2itelecom_en.pdf) Европейского инвестиционного банка (ЕИБ) свидетельствует о четком переходе его кредитной деятельности к инновационным проектам и сосредотачивает внимание на пяти ключевых компонентах, одним из которых является «МСП и предпринимательство». ЕИБ оказывает помощь главным образом путем кредитных операций, а также финансирования МСП за счет капитала, связанного с риском, (через свой специализированный филиал – **Европейский инвестиционный фонд – ЕИФ** – <http://www.eif.org/>); применительно к компоненту «МСП и предпринимательство» поддержка касается операций с венчурным капиталом или гарантийных инструментов финансирования за счет займов, которые управляются ЕИФ (см. пункт 7 первой веб-страницы).

Подготовленное в феврале 2001 г. исследование по теме «**Финансирование инновационных фирм с помощью венчурного капитала**» при обзоре ситуации в Европе сравнивает его с ситуацией в США и параллельно рассматривает положение в Израиле; этот доклад можно найти по адресу: <http://www.eib.org/Attachments/pj/vencap.pdf>

Веб-сайт Национальной ассоциации венчурного капитала (<http://www.nvca.org/>) дает вводную информацию об индустрии венчурного капитала в США.

Статью, озаглавленную «**Венчурный капитал в Канаде: Акцент на малых и средних технологических предприятиях**», можно найти по адресу: <http://www.idrc.ca/lacro/vencap/lefton.html>

Статью, озаглавленную «**Финансирование электронной торговли: правовой и практический риск**», можно найти по адресу: <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/01-1/lipton.html>

Как может интеллектуальная собственность расширить экспортные возможности вашего МСП?

Прежде чем приступить к экспортным операциям предприятия предпринимают целый ряд важных шагов, начиная от выявления соответствующего экспортного рынка и оценки спроса, до поиска каналов распределения, оценки расходов и получения финансовых средств. Ниже мы стремимся указать основные причины, почему при планировании вашей экспортной стратегии вы должны также принять во внимание вопросы интеллектуальной собственности и понять, каким образом права ИС повышают конкурентоспособность вашего малого или среднего предприятия (МСП) на экспортных рынках.

Поскольку права ИС являются «территориальными», т.е. доступны для вас лишь в тех странах или регионе, где они заявлены и предоставлены, для того, чтобы осуществить исключительные права ИС на зарубежных рынках вы должны запросить и получить охрану за границей (за исключением тех случаев, когда она предоставляется автоматически без необходимости выполнения каких-либо формальностей, например, с помощью механизма международного договора, такого как Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений, см. «Какую выгоду ваше МСП может получить от охраны с помощью авторского права?»).

Главные причины для охраны ИС на экспортных рынках перечислены ниже:

- Права ИС, особенно патенты, могут открыть новые экспортные возможности.
- Права ИС, особенно товарные знаки и промышленные образцы, могут помочь вам занять выгодные рыночные позиции на экспортных рынках.
- Права ИС расширяют возможности завоевания верной клиентуры для вашей продукции и услуг на экспортных рынках.

ЭКСПОРТ ВАШЕЙ ЗАПАТЕНТОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ

Охрана патента (или полезной модели) за границей позволяет вам пользоваться конкурентным преимуществом на ваших экспортных рынках. Компании, которые адекватно охраняют свои изобретения за границей, имеют целый ряд вариантов экспорта своей инновационной продукции, которые при других условиях не были бы доступны. Эти возможности выбора включают:

- Производство товара внутри страны и экспорт охраняемого товара непосредственно или через посредников, зная при этом, что ни одна другая компания не сможет на законном основании производить, продавать или эксплуатировать эту же продукцию на избранном рынке без вашего разрешения (и что большинство патентных законов более не разрешают в соответствии с международными обязательствами страны выдавать необязательные лицензии на том основании, что охраняемые товары не производятся на месте в стране назначения экспорта).

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

- Сдача изобретения в лицензию иностранной фирме, которая будет производить продукт на месте в обмен на единовременный платеж и/или роялти (см. «Лицензирование интеллектуальной собственности - важнейший компонент деловой стратегии вашего МСП»).
- Создание совместных предприятий с другими фирмами с целью изготовления и/или коммерциализации продукции на отдельных зарубежных рынках.

В зависимости от вашей стратегии ваше предприятие будет получать дополнительный доход или в результате прямой продажи продукции, или через посредство сборов и/или роялти от лицензий.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛЕЙМА И ОБРАЗЦОВ ДЛЯ СБЫТА ТОВАРОВ И УСЛУГ ЗА ГРАНИЦЕЙ

Основания для охраны товарных знаков и промышленных образцов на внутреннем рынке в полной мере применяются и к зарубежным рынкам. Регистрация товарного знака в частности позволяет вам в максимальной степени дифференцировать, рекламировать и сбывать продукцию, таким образом способствуя признанию вашей продукции или услуг на международных рынках и устанавливая прямую связь с иностранными потребителями. В зависимости от характера вашей услуги соглашение о франшизе с зарубежной фирмой может быть полезным альтернативным способом получать доход от вашего товарного знака за границей.

Компании, которые экспортируют продукцию без клейма, столкнутся с такими недостатками, как:

- Более низкие доходы, поскольку потребители требуют более низких цен за товары без клейма.
- Недостаточное постоянство клиентуры главным образом из-за ее неспособности узнать продукцию и отличить ее от продукции конкурентов.
- Трудности при сбыте на рынке и рекламе продукции или услуг за границей в отсутствие подходящего символа или легкого идентификатора, который увязывал бы вашу продукцию или услуги с вашим МСП, поскольку сбыт на рынке продукции без клейма является значительно более трудным.

Что касается промышленных образцов, охрана на экспортных рынках поможет не только укрепить вашу общую маркетинговую стратегию, но и также может быть важной для индивидуализации продукции, предназначенной для конкретных целевых рынков, создания новых рыночных ниш для продукции вашей компании и укрепления имиджа вашей компании и ее репутации, путем увязки ее с конкретным образцом.

МЕЖДУНАРОДНОЕ ИСЧЕРПАНИЕ И ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ

При разработке вашей экспортной стратегии вы должны проверить, предпочтительно проконсультировавшись с квалифицированным специалистом, может ли покупатель на законном основании перепродать на другом рынке охраняемые правом интеллектуальной собственности товары, купленные у вашего МСП или с его согласия, не запросив при этом

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

вашего согласия. Такой вопрос возникнет лишь в том случае, если вы уже охраняете и будете охранять ваши права ИС на внутренних и экспортных рынках. Подобным образом, если ваше МСП купило товары, которые охраняются патентом, товарным знаком, промышленным образцом и/или авторским правом, то тогда вы должны выяснить, понадобится ли вам официальное согласие владельца (владельцев) ИС для продажи этих товаров за границей, т.е. на другом рынке (рынках) (например, когда права ИС считаются «исчерпанными»). Вы можете удивиться, но ответы на эти вопросы будут достаточно трудными и будут различаться не только в зависимости от страны, но также от соответствующего вида прав ИС.

Прежде чем обсуждать эти вопросы мы должны определить, что означает «исчерпание» прав ИС. «Исчерпание» означает одно из ограничений прав ИС. Как только продукт, охраняемый правом ИС, был сбыт на рынке либо вашим МСП, либо другими с вашего согласия, права ИС на коммерческую эксплуатацию этого данного продукта не могут более осуществляться вашим МСП, поскольку они «исчерпаны». Иногда это ограничение называется также «доктрина первой продажи», поскольку права на коммерческую эксплуатацию данного продукта заканчиваются после первой продажи продукта. Если иное не указано в законодательстве, то ваше МСП не может более контролировать последующие акты перепродажи, аренды, займа или других форм коммерческого использования третьими сторонами. Достигнуто достаточно широкое согласие в отношении того, что это применяется, по крайней мере, в условиях внутреннего рынка. Значительно меньшее единодушие наблюдается в отношении того, в какой степени продажа охраняемой правом интеллектуальной собственности продукции за границей может исчерпать права интеллектуальной собственности в отношении этой продукции в условиях внутреннего законодательства. Этот вопрос становится актуальным в случаях так называемого «параллельного импорта». Параллельный импорт означает импорт товаров за рамками каналов распределения, о которых имеется договоренность с изготовителем. Поскольку изготовитель/владелец ИС не имеют договорной связи с параллельным импортером, импортируемые товары иногда называются «товары серого рынка», что на деле не совсем точно, поскольку как таковые товары являются оригинальными и лишь каналы распределения не контролируются изготовителем/владельцем ИС. Основываясь на праве на импорт, которым право ИС наделяет собственника ИС, последний может попытаться возразить против такого импорта с тем, чтобы разделить рынки. Однако, если маркетинг продукции за границей владельцем ИС или с его согласия приводит к исчерпанию внутреннего права ИС, право на импорт также исчерпывается и на него нельзя более ссылаться в действиях против такого параллельного импорта.

Вышеуказанные принципы имеют различные последствия в зависимости от того, применяет ли страна импорта по причинам законодательства или своей политики концепцию национального, регионального или международного исчерпания. Концепция национального исчерпания не позволяет собственнику ИС контролировать коммерческую эксплуатацию товаров, предложенных на внутренний рынок собственником ИС или с его согласия. Однако собственник ИС (или его уполномоченный представитель) может все же возражать против импорта оригинальных товаров, сбываемых на рынках за границей, на основе права на импорт. В случае регионального исчерпания первая продажа охраняемой

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

продукции собственником ИС или с его согласия ведет к исчерпанию любых прав ИС в отношении этих данных продуктов не только внутри страны, но и во всем регионе, и против параллельного импорта в регионе более нельзя возражать на основе права ИС. Если страна применяет концепцию международного исчерпания, права ИС считаются исчерпанными, как только продукция была продана собственником ИС или с его согласия в любой части мира.

Национальные ведомства ИС или юристы/поверенные по ИС должны иметь возможность информировать вас о том, какие положения законодательства или прецедентного права применяются в соответствующей стране к каждому виду прав ИС.

Более подробную информацию о последних решениях и различных подходах в гражданском праве и в странах общего права, а также на международном уровне см. документ ATRIP/GVA/99/6 «Параллельный импорт и международная торговля» (имеется в формате [Adobe PDF](#)) (представлен на ежегодном совещании Международной ассоциации по совершенствованию преподавания и исследований в области интеллектуальной собственности (ATRIP) в центральных учреждениях ВОИС в Женеве (7-9 июля 1999 г.)).

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ

Консультацию по экспорту вашей продукции вы можете получить по следующим адресам:

Международный центр торговли (<http://www.intracen.org/tradinst/welcome.htm>). Этот веб-сайт включает перечень организаций по содействию торговле и других подобных учреждений.

Советники по экспорту в рамках торговой сети (<http://www.tradenet.gov/>). На этом веб-сайте вы можете получить консультацию по различным аспектам экспорта. В то время как некоторые вопросы рассматриваются здесь с точки зрения американских экспортеров, во многих случаях пояснения являются обобщенными и полезными для МСП из любой страны. См. в частности раздел «Ответы по экспорту» (<http://www.tradenet.gov/>).

Всемирная сеть торговых палат (<http://www.worldchambers.com/index.htm>). Этот веб-сайт дает информацию о торговле в разбивке по странам, а также перечень торговых палат во всем мире.

Организация американских государств (<http://www.oas.org/>). Этот веб-сайт содержит информацию по странам для экспортеров, действующих в странах Латинской и Северной Америки, в рамках базы данных SICE по разделу «Торговля и интеграция».

BizAPEC (<http://www.BizAPEC.com/>) – это служба для деловых кругов, работа которой обеспечивается секретариатом АПЕС. В ней содержится деловая информация и информация об инвестициях, осуществляемых в странах-членах Организации Экономического сотрудничества стран Азии и Тихого океана.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

Руководство SBA по экспорту, которое главным образом предназначено для американских компаний (<http://www.sbaonline.sba.gov/OIT/info/Guide-To-Exporting>).

Как может ваше МСП получить и сохранить охрану интеллектуальной собственности?

Прежде чем ваше МСП сможет воспользоваться активами интеллектуальной собственности (ИС) оно должно приобрести права ИС. Ряд прав ИС должны быть предоставлены и зарегистрированы. На национальном [уровне ведомства ИС](#) соответствующих стран являются единственными учреждениями, кому поручено предоставлять или регистрировать права ИС. Процедура приобретения и сохранения этих прав может быть различной в разных странах, но основные принципы и особенности этой процедуры являются общими для большинства стран. Следует также отметить, что при выполнении определенных условий права ИС могут также приобретаться на региональном и международном уровнях (см. "[Охрана прав интеллектуальной собственности вашего МСП за границей?](#)").

Прежде чем запрашивать охрану для вашего МСП в какой-либо конкретной стране, вам рекомендуется изучить правовую систему этой страны, регулирующую вопросы ИС. Имеются различные источники информации о законодательстве в области ИС. Вероятно для получения более подробной информации об охране ИС в вашей стране необходимо прежде всего обратиться на ваше [национальное ведомство ИС](#) или [ведомство по авторскому праву](#). Кроме того, вы можете проконсультироваться со Сборником законов с электронным доступом (СЗЭД) (<http://clea.wipo.int> или <http://www.wipo.int/clea/en/>). Часто рекомендуется запросить совет у юриста ИС или поверенного, особенно в тех случаях, когда соответствующее законодательство по ИС требует, чтобы заявитель, не проживающий в стране, был представлен юристом или поверенным, имеющим право действовать в этой стране. Ведомство ИС или юрист/поверенный ИС должны суметь проконсультировать вас о том, имеются ли для вашего МСП особые льготы в виде сокращения пошлин при приобретении и сохранении ИС.

ПРОЦЕДУРЫ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ПРАВ ИС

Ниже кратко излагаются процедуры получения и сохранения охраны прав интеллектуальной собственности вашим МСП:

- [Патенты](#)
- [Полезные модели](#)
- [Товарные знаки/знаки обслуживания](#)
- [Коллективные знаки](#)
- [Общеизвестные знаки](#)
- [Географические указания](#)
- [Промышленные образцы](#)
- [Авторское право](#)

ПАТЕНТЫ

Патент представляет собой исключительное право, предоставленное на продукт или способ, который позволяет сделать что-либо по новому или предлагает новое техническое решение задачи (более подробное объяснение см. <http://www.wipo.int/ru/about-ip/patents.html>).

Некоторые общие особенности процедур выдачи и поддержания патентов в силе

В ряде стран патенты предоставляются после того, как считаются удовлетворенными основные критерии патентоспособности (новизна, изобретательский уровень и промышленная применимость). Однако многие страны из-за финансовых и других соображений не проводят экспертизу по существу. Такие ведомства ограничиваются рассмотрением формальных требований, которые вам надлежит выполнить до подачи вашей заявки на патент. Некоторые страны, которые проводят экспертизу по существу, делают это автоматически после получения заявки на патент, в то время как другие делают это лишь после получения специальной просьбы. Такой запрос о проведении экспертизы должен подаваться в течение определенного периода времени, который согласно применимому патентному праву может составлять до нескольких лет. В зависимости от наличия возможности отложить проведение экспертизы, а также от того разрешена ли процедура возражения до предоставления патента, для процедуры выдачи патента может потребоваться много времени. Поэтому во многих странах и на международном уровне предпринимаются усилия по ускорению процедуры, предшествующей выдаче патента. Кроме того, ряд стран предусматривают, что патентные заявки должны публиковаться после определенного периода времени (обычно по истечении 18 месяцев с даты подачи заявки или в случае притязаний на приоритет с даты приоритета (см. наиболее часто задаваемые вопросы)).

Как правило от заявителя требуется уплатить заявочную пошлину и иногда также пошлину за проведение экспертизы (если проводится экспертиза по существу) и ежегодную пошлину за поддержание патента в силе. В большинстве стран пошлины за поддержание патента в силе должны уплачиваться ежегодно (аннуитет). В соответствии с международными обязательствами по Парижской конвенции по охране промышленной собственности и Соглашению по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТРИПС) имеется минимальный шестимесячный период освобождения от уплаты пошлины за поддержание патента в силе, хотя страны имеют право допускать и более длительные льготные периоды. Неуплата пошлины за поддержание патента в силе в течение льготного периода приведет к ретроактивному прекращению действия патента, т.е. с первоначальной даты аннуитета.

Практическую информацию о расходах на патентование, о времени, необходимом для получения патентов, и другие наиболее часто задаваемые вопросы см. ссылку или свяжитесь с вашим национальным ведомством ИС.

ПОЛЕЗНЫЕ МОДЕЛИ

В некоторых странах изобретения могут также охраняться с помощью полезных моделей, которые также известны как «малые патенты» или «полезные инновации». Условия для регистрации полезных моделей являются обычно менее строгими (поскольку требуется лишь значительно менее существенный изобретательский уровень или он не требуется вообще), процедура регистрации является более оперативной (поскольку новизна и изобретательский уровень обычно не становятся объектом экспертизы до регистрации) и пошлины за приобретение и поддержание полезных моделей в силе обычно ниже пошлин, которые применимы к патентам. Заявки, как правило, подаются в национальное ведомство ИС.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК/ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ

Товарный знак или знак обслуживания – это отличительное обозначение, которое идентифицирует определенные товары или услуги, производимые или предоставляемые конкретным лицом, предприятием или группой лиц/предприятий, и которое позволяет потребителю отличить их от товаров и услуг других лиц (более подробное объяснение см. <http://www.wipo.int/ru/about-ip/trademarks.html>).

Некоторые общие особенности процедур регистрации товарных знаков

В некоторых странах охрана знака может быть получена вследствие регистрации или использования. В других странах в случае большинства товарных знаков вы должны обязательно их зарегистрировать, если хотите обеспечить им охрану. Даже если у вас есть вариант получения охраны без регистрации, т.е. на основе использования знака, то и тогда целесообразно зарегистрировать знак для получения лучшей и более солидной охраны.

Если вы хотите получить охрану товарного знака для вашего МСП путем регистрации, то тогда вы должны подать заявку в национальное или, если такая возможность существует, в региональное ведомство по товарным знакам. Далее, ведомство после уплаты вами требуемой пошлины проводит экспертизу заявки. Имеется целый ряд причин, в силу которых ваша заявка может быть отклонена. На практике чаще всего заявки отклоняются на том основании, что:

- (i) имеется вероятность того, что потребители будут путать ваш знак со знаком, который уже включен в реестр или в отношении которого подана заявка или с незарегистрированным общеизвестным знаком;
- (ii) ваш знак лишь описывает товар или услугу или особенность товара или услуги;
- (iii) ваш знак состоит из географического термина, который вводит в заблуждение или не должен монополизироваться одним единственным предприятием;

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

(iv) ваш знак нарушает публичный порядок или нормы морали; или

(v) ваш знак состоит или содержит без полученного на то разрешения элемент, который тождественен или сходен с официальным знаком, гербом, флагом и другой эмблемой, сокращенным наименованием государственной или межправительственной организации.

Если закон о товарном знаке какой-либо страны предусматривает процедуру возражения, заявка публикуется после ее рассмотрения и любые заинтересованные лица будут иметь возможность возражать против регистрации знака, если они считают, что их права могут быть затронуты его регистрацией. В этом случае ведомство принимает решение на основе доказательств, предоставленных обеими сторонами, и это решение обычно может быть обжаловано.

В зависимости от национального законодательства первоначальный период регистрации составляет не менее 7 лет (обычно 10 лет). Однако в отличие от других прав промышленной собственности регистрация знаков может быть возобновлена после уплаты пошлины за возобновление до бесконечности. См. также «Поиск по фондам товарных знаков».

КОЛЛЕКТИВНЫЕ ЗНАКИ

Хотя это определение может быть разным в различных странах мира, коллективные знаки обычно определяются как знаки, которые отличают географическое происхождение, материал, способ изготовления, качество и другие общие характеристики товаров и услуг различных предприятий, использующих коллективный знак. Их владельцем может быть либо ассоциация, членами которой являются эти предприятия, или любой другой орган, в том числе государственное учреждение или кооператив. Большинство стран требуют, чтобы заявка на регистрацию коллективного знака сопровождалась копией инструкции, регуливающей использование коллективного знака, и не позволяют давать лицензию на коллективный знак. Подобно товарным знакам/знакам обслуживания коллективные знаки также сохраняются в силе после уплаты пошлины за возобновление.

ОБЩЕИЗВЕСТНЫЕ ЗНАКИ

Общеизвестные товарные знаки и знаки обслуживания пользуются в большинстве стран охраной от знаков, которые считаются воспроизводством, имитацией или переводом этого знака, при условии, что они могут вызвать путаницу в соответствующем секторе общества. Общеизвестные знаки обычно охраняются независимо от того, зарегистрированы они или нет, в отношении товаров и услуг, которые являются идентичными или схожими с теми товарами и услугами, в отношении которых они завоевали свою репутацию. Во многих странах при определенных условиях они также охраняются и в отношении несхожих товаров и услуг. Следует отметить, что хотя нет общесогласованного подробного определения того, что является «общеизвестным

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

знаком», страны могут воспользоваться документом «Совместная рекомендация ВОИС о положениях в отношении охраны общеизвестных знаков».

Охрана общеизвестных знаков

Многие страны охраняют незарегистрированные общеизвестные знаки в соответствии со своими международными обязательствами по Парижской конвенции по охране промышленной собственности и Соглашению по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТРИПС). Соответственно, не только крупные компании, но также и МСП могут иметь хорошие шансы установить достаточно добросовестные отношения со своими клиентами, с тем чтобы их знаки могли быть признаны в качестве общеизвестных знаков и получить охрану без регистрации. Тем не менее рекомендуется добиваться регистрации, особенно если учесть тот факт, что многие страны предусматривают широкую охрану зарегистрированных общеизвестных знаков от подмены (статья 16.3 ТРИПС), т.е. репутация знака подрывается вследствие неразрешенного использования этого знака другими лицами.

Вы должны знать о том факте, что ряд законов о товарных знаках просто претворяют в жизнь обязательства по статье 16.3 Соглашения ТРИПС и охраняют зарегистрированные общеизвестные товарные знаки лишь при условиях, что:

товары и услуги, в отношении которых используется другой знак или запрашивается охрана, не идентичны и несхожи с товарами, в отношении которых общеизвестный знак завоевал свою репутацию;
использование другого знака будет указывать на связь между этими товарами и владельцем общеизвестного знака, и
его интересам в результате такого использования по всей вероятности будет нанесен ущерб.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Могут ли географические указания использоваться только в отношении сельскохозяйственных продуктов?

Использование географических указаний не ограничено сельскохозяйственными продуктами. Они могут также подчеркивать особые свойства продукта, которые являются результатом человеческих факторов, присущих месту происхождения этих продуктов, в частности таких, как особые навыки и традиции изготовления. Таким местом происхождения может быть поселок или город, регион или страна. Примером последней может служить указание "Switzerland" ("Швейцария") или "Swiss" ("швейцарский"), которое во многих странах воспринимается как географическое указание товаров, изготовленных в Швейцарии, и в частности, в отношении часов.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

Что такое наименование места происхождения?

Наименование места происхождения товаров – это особый вид географического указания, используемого для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями, в которых производятся такие товары. Концепция географического указания является более широкой, чем наименование места происхождения. Примерами наименований места происхождения, которые охраняются в государствах-участниках Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации, являются "Bordeaux" ("Бордо") в отношении вина, произведенного в местности Бордо, Франция (регистрация № 80) "Havana" ("Гавана") в отношении табака, выращиваемого в районе Гаваны, Куба (регистрация № 472) или "Tequila" ("Текила") в отношении спиртных напитков, изготовленных в определенных областях Мексики (регистрация № 669).

Каково назначение географического указания?

Географическое указание указывает на особое место или регион производства, которые определяют особые свойства товара, происходящего из этого места или региона. Очень важно, чтобы особые свойства и репутация данного товара определялись этим местом. Поскольку особые свойства зависят от географического места, где производится товар, существует особая "связь" между товарами и местом, где они были первоначально произведены.

Почему географические указания нуждаются в охране?

Географические указания рассматриваются потребителями как показатель происхождения и качества товаров. Многие из них приобрели ценную репутацию, которая при отсутствии надлежащей охраны может быть искажена нечестными коммерческими дельцами. Ложное использование географических указаний лицами, не имеющими разрешения на такое использование, например, "Darjeeling" ("Дарджилинг") в отношении чая, который не выращивается на чайных плантациях Дарджилинга, наносит ущерб потребителю и законным производителям такого чая. Потребители являются обманутыми и введенными в заблуждение в том смысле, что они покупают якобы настоящий продукт, обладающий особыми качествами и свойствами, в то время как фактически они приобретают не представляющую никакой ценности имитацию. Законным производителям наносится ущерб, поскольку у них отнимают ценный бизнес и вредят установившейся репутации их продукции.

Какова разница между географическим указанием и товарным знаком?

Товарный знак – это обозначение, используемое предприятиями для того, чтобы отличить их товары и услуги от товаров и услуг других предприятий. Товарный знак предоставляет владельцу право запрещать его использование другими лицами. Географическое указание информирует потребителей, что товар произведен в определенном месте и имеет особые

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

свойства, которые определяются местом его изготовления. Оно может использоваться всеми производителями, которые в обозначенном географическом указании месте производят товары, обладающие характерными свойствами.

Как охраняется географическое указание?

Географические указания охраняются в соответствии с национальным законодательством и согласно широкому спектру концепций, в частности, таких как законодательство по борьбе с недобросовестной конкуренцией, законодательство по охране интересов потребителей, законодательство по охране сертификационных знаков или специальные законы по охране географических указаний или наименований места происхождения. По существу, лица, не имеющие надлежащего разрешения, не могут использовать географические указания, если такое использование может ввести публику в заблуждение в отношении действительного происхождения товаров. Применимые санкции варьируются от судебных запретов, предотвращающих неразрешенное использование, до возмещения убытков и штрафов или, в случае серьезных нарушений, тюремного заключения.

Как географические указания охраняются на международном уровне?

Ряд договоров, административные функции которых выполняет Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС), предусматривают охрану географических указаний, главным образом это Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г. и Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации. Кроме того, Статьи 22 – 24 Соглашения о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) регулируют международную охрану географических указаний в рамках Всемирной торговой организации (ВТО).

Что такое “родовое” географическое указание?

Если название местности используется в качестве обозначения определенного вида товара вместо наименования места происхождения этого товара, то такой термин больше не применяется в качестве географического указания. Например, "Dijon Mustard" ("Дижонская горчица") - вид горчицы, происходящей из французского города Дижон, с течением времени стала обозначать определенный вид горчицы, независимо от места его производства, в то время как раньше “Дижонская горчица” изготавливалась только в Дижоне.

Какова роль ВОИС в охране географических указаний?

ВОИС осуществляет администрацию ряда международных соглашений, которые частично или полностью регулируют охрану географических указаний (в особенности Парижская конвенция по охране промышленной собственности и Лиссабонское соглашение об

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

охране наименований мест происхождения и их международной регистрации). Кроме того, государства-члены ВОИС и другие заинтересованные стороны на заседаниях ВОИС исследуют новые пути совершенствования международной охраны географических указаний.

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ

Промышленные образцы – это сочетание линий или цветов, или любых трехмерных форм, которые придают продукту или изделию особый внешний вид. Они охраняют оформительский или эстетический аспект полезного изделия, которое обычно апеллирует к зрению и осязанию и может быть воспроизведено в больших количествах (более подробное объяснение см. http://www.wipo.int/ru/about-ip/industrial_designs.html, <http://www.wipo.int/hague/en/index.html>)

Некоторые общие особенности процедур охраны промышленных образцов

В большинстве стран охрана промышленных образцов может быть получена лишь через регистрацию. В ряде этих стран до регистрации промышленного образца не проводится никакого поиска и никакой экспертизы по существу. Некоторые страны предусматривают поиск и экспертизу в том случае, если заявка на промышленный образец была опубликована, и третья сторона возражает против ее регистрации, уведомив о возражении. И лишь в нескольких странах охрана может быть также получена для незарегистрированных промышленных образцов.

Как правило, для получения охраны путем регистрации образец должен быть «новым» или «оригинальным». Продолжительность охраны является разной в различных странах. В то время как обычный срок охраны составляет 15 лет (первоначальный период в 5 лет с возможностью продления на два последующих периода по 5 лет каждый), некоторые страны предоставляют охрану лишь на 10 лет, в то время как другие допускают срок до 25 лет. Продление охраны обычно обусловлено уплатой пошлины за продление. Однако в отличие от знаков, охрана промышленных образцов после ее предоставления не подлежит прекращению, если они активно не используются.

АВТОРСКОЕ ПРАВО

Авторско-правовая охрана охватывает оригинальные произведения в литературной (включая программное обеспечение), музыкальной и художественной областях, независимо от способа и формы выражения. Приобретение авторско-правовой охраны осуществляется обычно автоматически после того, как ваше произведение зафиксировано в какой-либо материальной форме. Однако в некоторых случаях может иметься возможность, и в исключительных случаях необходимость, в регистрации авторского права (более подробное пояснение см. <http://www.wipo.int/ru/about-ip/copyright.html>).

ПРОБЛЕМЫ ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

К числу проблем, с которыми большинство МСП сталкивается при приобретении охраны ИС, относятся следующие:

- нехватка надлежащего персонала для проведения необходимой подготовительной работы к приобретению ИС, например, первоначального поиска и других процедур, предшествующих подаче заявки;
- связанные с этим большие расходы, в частности в процессе патентования, которые могут сочетаться с расходами на перевод документов и выплату гонораров юристам или поверенным по ИС;
- неадекватная осведомленность сотрудников о правах ИС и процедурах их охраны.

В определенной степени расходы, связанные с приобретением ИС, могут быть уменьшены, если вы лучше понимаете, как можно эффективно использовать систему ИС. МСП могут также сократить усилия и затраты на приобретение ИС, добиваясь охраны ИС через региональные или международные соглашения (см. [«Охрана прав интеллектуальной собственности вашего МСП за границей»](#)), используя особые услуги, предлагаемые МСП, когда это возможно, или выбирая меньший уровень охраны, как например, в случае охраны [полезной модели](#), если законодательство данной страны или стран допускает такие формы охраны.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ

- <http://www.ipr-helpdesk.org> (Веб-страница центра помощи по правам интеллектуальной собственности Европейской комиссии, предоставляющая информацию по вопросам ИС).

Охрана прав интеллектуальной собственности вашего МСП за границей

ПОЧЕМУ ВАШЕ МСП ДОЛЖНО ОХРАНЯТЬ ИС ЗА ГРАНИЦЕЙ?

Рано или поздно многие малые и средние предприятия (МСП) действуют более чем на одном рынке, продавая свою продукцию и услуги и предоставляя свои права ИС и ноу-хау на условиях лицензии/франшизы за пределами своих национальных границ. Однако права ИС являются территориальными, а это означает, что обычно они охраняются лишь в той стране или регионе, где подана заявка и получена охрана. Поэтому охрана ИС на экспортных рынках является важной для того, что пользоваться за границей теми же преимуществами охраны, которые существуют и на внутреннем рынке. Вы должны внимательно следить за тем, чтобы подать заявку на охрану ИС вовремя во всех странах, в которые вы, по всей вероятности, будете экспортировать или предоставлять под лицензию вашу продукцию и услуги в обозримом будущем (см. [«Как может интеллектуальная собственность расширить экспортные возможности вашего МСП?»](#)).

КОГДА ДОЛЖНО ВАШЕ МСП ОХРАНЯТЬ СВОЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНУЮ СОБСТВЕННОСТЬ ЗА ГРАНИЦЕЙ?

В качестве общей рекомендации мы советуем, чтобы ваше МСП убедилось в получении как можно раньше адекватной охраны на всех соответствующих экспортных рынках. Что касается **патентов** на изобретения, то большинство стран предусматривают двенадцатимесячный приоритетный период с даты подачи первой заявки на получение патентов в других странах. По истечении этого периода вы более не можете получить патентную охрану в других странах. Это может означать существенную утрату поступлений от ваших экспортных операций. (Краткое пояснение значения «даты приоритета» см. [Наиболее часто задаваемые вопросы](#).)

В отношении **товарных знаков** и **промышленных образцов** большинство стран предусматривает шестимесячный приоритетный период с даты подачи первой заявки на регистрацию товарных знаков и промышленных образцов.

Что касается **авторского права**, если вы являетесь гражданином или жителем страны-участницы Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений или членом Всемирной торговой организации (ВТО), связанным положениями Соглашения ТРИПС, или если вы публикуете ваше произведение впервые или, по крайней мере, одновременно в одной из таких стран, ваше авторское право будет автоматически охраняться во всех других странах, которые являются участницами Бернской конвенции или членами ВТО.

Как может ваше МСП охранять свою интеллектуальную собственность за границей?

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЗАЯВКИ

Один из вариантов – это просить об охране отдельно в каждой стране, подавая заявку непосредственно в [национальные ведомства промышленной/интеллектуальной собственности](#). Возможно, что каждая заявка должна быть переведена на предписанный язык, которым обычно является язык той или иной страны. Вам необходимо будет уплатить пошлину за национальную заявку и особенно в случае патентов вам следует довериться юристу ИС или поверенному, который поможет вам убедиться в том, что заявка отвечает национальным требованиям. Если вы пока еще находитесь на стадии оценки коммерческой жизнеспособности изобретения или пока изучаете потенциальные экспортные рынки или партнеров по лицензии, национальный процесс может оказаться особенно дорогостоящим и сложным, особенно если охрана запрашивается в большом числе стран. В таких случаях возможности, предлагаемые управляемыми [ВОИС системами международной охраны изобретений](#), товарных знаков и промышленных образцов, обеспечивают более простую и обычно менее дорогостоящую альтернативу.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЗАЯВКИ

Некоторые страны заключили региональные соглашения для получения охраны ИС во всем регионе с помощью единой заявки. Региональные ведомства ИС включают:

- **Европейское патентное ведомство** (для европейских патентов): <http://www.european-patent-office.org>
- Ведомство по гармонизации внутреннего рынка (для товарных знаков и в будущем промышленных образцов стран Европейского сообщества): <http://oami.eu.int/>
- **Африканскую региональную организацию промышленной собственности** (АРОПС, региональное ведомство ИС для англоязычных стран Африки в отношении патентов, товарных знаков и промышленных образцов): <http://aripo.wipo.net/>
- **Африканскую организацию интеллектуальной собственности** (АОИС, региональное ведомство ИС для франкоязычных стран Африки в отношении патентов, товарных знаков, промышленных образцов и в будущем географических указаний и топологий интегральных микросхем): <http://oapi.wipo.net/>
- **Евразийское патентное ведомство** (патентная охрана в странах Содружества Независимых Государств): <http://www.eapo.org/>
- **Ведомство товарных знаков и образцов стран Бенилюкс** (охрана товарных знаков и промышленных образцов в Бельгии, Нидерландах и Люксембурге): <http://www.bmb-bbm.org/> & <http://www.bbtm-bbdm.org/>
- **Патентное ведомство Совета по сотрудничеству арабских государств Залива** (патенты): <http://www.gulf-patent-office.org.sa/>

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОХРАНА

Управляемые ВОИС системы международной охраны существенно упрощают процесс одновременного запроса охраны ИС в большом числе стран. Система международной охраны позволяет вам вместо заполнения национальных заявок на многих языках заполнить единственную заявку на одном языке и уплатить одну заявочную пошлину. Эти международные системы подачи заявок не только облегчают процесс, но и также в случае товарных знаков и промышленных образцов значительно сокращают ваши расходы на получение международной охраны (в случае патентов РСТ помогает вашему МСП выиграть время для оценки коммерческой ценности вашего изобретения, прежде чем платить национальные пошлины на национальной фазе этого процесса). Управляемые ВОИС системы международной охраны включают три различных механизма охраны конкретных прав промышленной собственности.

- **Международная охрана изобретений предоставляется в рамках системы РСТ** – всемирной системы упрощенной подачи заявок на патент. Подавая одну международную патентную заявку в рамках РСТ, вы фактически просите об охране изобретения в каждой из большого числа стран-членов (в настоящее время более 100 стран) во всем мире. (<http://www.wipo.int/pct/en/index.html>)
- **Международная охрана товарных знаков предоставляется в рамках «Мадридской системы».** Мадридская система существенно упрощает процедуры регистрации товарных знаков во многих странах, которые являются участниками Мадридской системы. Международная регистрация в рамках Мадридской системы приводит к таким же последствиям, что и подача заявки о регистрации товарного знака, выполненная в каждой стране, указанной заявителем, и, если только она не отклоняется ведомством указанной страны в течение определенного периода, она имеет в этой стране такое же действие, что и регистрация в реестре товарных знаков этой страны (<http://www.wipo.int/madrid/en/index.html>) (см. также «Двадцать вопросов о Мадридском протоколе» ([Adobe PDF](#))).
- **Международная охрана промышленных образцов предоставляется на основании Гаагского соглашения.** Эта система дает владельцу промышленного образца возможность получить охрану для своего образца в нескольких странах, путем простой подачи одной заявки в Международное бюро ВОИС на одном языке с уплатой пошлины в единой валюте. (<http://www.wipo.int/hague/en/index.html>)

Почему товарные знаки важны для успеха вашего МСП?

Ваши товарные знаки по многим аспектам являются лицом вашего бизнеса. Они позволяют вашим клиентам отличать ваши продукты или услуги от продуктов и услуг ваших конкурентов, давая вашему МСП возможность [лучше сбывать ваши товары или услуги](#). Однако товарные знаки не используются просто как идентификаторы. Они также рассматриваются как гарантия неизменного качества. Потребитель, который доволен качеством вашей продукции или услуг, будет и впредь покупать их на основе своих ожиданий в плане качества, которые обуславливаются известностью товарного знака. Поэтому вам следует проявлять большую осторожность [при выборе и указании соответствующего товарного знака](#), охраняя его, аккуратно используя его в целях рекламы и контролируя его вводящее в заблуждение или неподобающее использование другими. При выборе какого-либо знака вы должны установить, был ли этот или подобный знак уже зарегистрирован другими предприятиями для той категории продукции или услуг или рынков, которые вас интересуют. Такой тип информации можно получить путем [проведения поиска по фондам товарных знаков](#). Очень важно сделать это как можно раньше, с тем чтобы избежать излишних коллизий с другими предприятиями и пустой траты ресурсов.

После того, как вы провели поиск в базах данных товарных знаков на предмет конфликтующих знаков, вы должны подумать об обеспечении наилучшей его охраны. Информацию по вопросу о том, как зарегистрировать ваш товарный знак, см. [«Некоторые общие особенности процедур регистрации товарных знаков»](#).

Относительно важности охраны вашего товарного знака на экспортных рынках см. [«Использование клейма и образцов для сбыта товаров и услуг за границей»](#) и [«Охрана прав интеллектуальной собственности вашего МСП за границей»](#).

ПОЧЕМУ ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ВАЖНЫ ДЛЯ УСПЕХА ВАШЕГО МСП?

Ваши товарные знаки по многим аспектам являются лицом вашего бизнеса. Они позволяют вашим клиентам отличать ваши продукты или услуги от продуктов и услуг ваших конкурентов, давая вашему МСП возможность [лучше сбывать ваши товары или услуги](#). Однако товарные знаки не используются просто как идентификаторы. Они также рассматриваются как гарантия неизменного качества. Потребитель, который доволен качеством вашей продукции или услуг, будет и впредь покупать их на основе своих ожиданий в плане качества, которые обуславливаются известностью товарного знака. Поэтому вам следует проявлять большую осторожность [при выборе и указании соответствующего товарного знака](#), охраняя его, аккуратно используя его в целях рекламы и контролируя его вводящее в заблуждение или неподобающее использование другими. При выборе какого-либо знака вы должны установить, был ли этот или подобный знак уже зарегистрирован другими предприятиями для той категории продукции или услуг или рынков, которые вас интересуют. Такой тип информации можно получить путем [проведения поиска по фондам товарных знаков](#). Очень важно сделать это как можно

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

раньше, с тем чтобы избежать излишних коллизий с другими предприятиями и пустой траты ресурсов.

После того, как вы провели поиск в базах данных товарных знаков на предмет конфликтующих знаков, вы должны подумать об обеспечении наилучшей его охраны. Информацию по вопросу о том, как зарегистрировать ваш товарный знак, см. [«Некоторые общие особенности процедур регистрации товарных знаков»](#).

Относительно важности охраны вашего товарного знака на экспортных рынках см. [«Использование клейма и образцов для сбыта товаров и услуг за границей»](#) и [«Охрана прав интеллектуальной собственности вашего МСП за границей»](#).

ПРОВЕДЕНИЕ ПОИСКА ПО ФОНДАМ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

В качестве первого шага к охране товарных знаков вам рекомендуется провести поиск по фондам товарных знаков, с тем чтобы убедиться, что данный знак уже не используется другим предприятием на целевых рынках. Ведомства по товарным знакам многих стран регистрируют знаки, не сравнивая их с существующими регистрациями товарных знаков и полученными ранее заявками, оставляя вашим будущим конкурентам возможность уведомить об их возражении после того, как знак или заявка будут опубликованы/зарегистрированы. Поэтому регистрация товарных знаков в таких странах не является гарантией того, что товарный знак не будет нарушать права других лиц. Важно, насколько это возможно, провести поиск в национальных базах данных по товарным знакам до использования товарного знака в рамках ваших экспортных операций.

Поиски по фондам товарных знаков могут проводиться через базы данных, действующие в режиме он-лайн, (хотя в настоящее время очень немногие страны предлагают такие услуги), специализированные фирмы или в национальном реестре товарных знаков. Важно помнить о том, что, хотя товарные знаки, идентичные вашему товарному знаку, могут быть легко идентифицированы, труднее будет выявить сходные до смешения товарные знаки, которые находятся в коллизии с вашим собственным знаком. В зависимости от существа каждого случая можно рекомендовать воспользоваться услугами компетентного юриста по товарным знакам или поверенного с целью проведения поиска по фондам товарных знаков для вашего МСП.

Поскольку большинство товарных знаков (за исключением [«общеизвестных знаков»](#)) охраняют лишь те товары и услуги, в отношении которых они зарегистрированы, а также те товары и услуги, которые схожи с товарами и услугами, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, ваш зарегистрированный товарный знак может на законном основании использоваться другими для маркетинга товаров и услуг, которые не связаны с товарами и услугами вашего МСП.

Охрана промышленных секретов вашего МСП

ЧТО ТАКОЕ ПРОМЫШЛЕННЫЙ СЕКРЕТ?

В целом, любая конфиденциальная деловая информация, которая дает предприятию определенное превосходство над другими конкурентами, может рассматриваться в качестве промышленного секрета. Промышленные секреты включают секреты изготовления или производства, а также коммерческие секреты. Незапрещенное использование такой информации другими лицами, помимо владельца, рассматривается как проявление недобросовестной практики и нарушение промышленного секрета. В зависимости от правовой системы охрана промышленных секретов составляет часть общей концепции охраны от недобросовестной конкуренции или основывается на особых положениях и положения прецедентного права об охране конфиденциальной информации.

Объект промышленных секретов обычно определяется в общих выражениях и включает методы продажи, методы распределения, информацию о потребителе, рекламную стратегию, список поставщиков и клиентов и методы изготовления. Хотя окончательное решение по вопросу о том, какая информация представляет собой промышленный секрет, будет зависеть от обстоятельств каждого отдельного случая, откровенно недобросовестная практика в отношении секретной информации включает промышленный или торговый шпионаж, нарушение контрактов и нарушение доверия.

КАК ОХРАНЯЮТСЯ ПРОМЫШЛЕННЫЕ СЕКРЕТЫ

В отличие от патентов промышленные секреты охраняются без регистрации, то есть промышленные секреты охраняются без какой-либо формальной процедуры. Соответственно торговый секрет может охраняться неограниченный период времени. В силу этих причин охрана промышленных секретов может показаться особенно привлекательной для МСП. Однако чтобы рассматриваться в качестве промышленного секрета информация должна отвечать некоторым условиям. Выполнение таких условий может оказаться более сложным и дорогостоящим, чем это может показаться с первого взгляда. Хотя эти условия являются весьма различными в разных странах, существуют некоторые общие стандарты, которые упоминаются в Статье 39 Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТРИПС):

- Информация должна быть секретной (то есть не быть широкоизвестной или легкодоступной в кругах, которые обычно имеют дело с такого рода информацией).
- Она должна иметь коммерческую ценность, поскольку является секретной.
- Законный держатель информации должен принимать в отношении ее разумные меры для сохранения ее секретности (например, в рамках соглашений о конфиденциальности).

Пример

МСП разрабатывает метод изготовления своей продукции, который позволяет ей производить свои товары более экономным образом. Такой метод дает предприятию сравнительное преимущество над его конкурентами. Данное предприятие может поэтому рассматривать свое ноу-хау в качестве промышленного секрета и не желать, чтобы его соперники узнали о нем. Оно удостоверяется в том, что лишь ограниченное число людей знает об этом секрете, причем этим людям разъяснено, что информация является конфиденциальной. В своих отношениях с третьими сторонами или в процессе лицензирования своей ноу-хау предприятие подписывает соглашение о конфиденциальности, чтобы обеспечить осведомленность всех сторон о секретности информации. В подобных условиях неправильное использование информации конкурентом или какой-либо третьей стороной будет рассматриваться как разглашение промышленных секретов предприятия.

МЕРЫ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ, КОТОРЫЕ НАДЛЕЖИТ ПРИНЯТЬ ВАШЕМУ МСП

МСП широко используют промышленные секреты. Действительно, многие МСП полагаются почти исключительно на промышленные секреты при охране своей ИС (хотя во многих случаях они могут даже не знать о том, что промышленные секреты являются объектом юридической охраны). Поэтому важно убедиться в том, что предприятия приняли все необходимые меры для эффективной охраны своих промышленных секретов. Поэтому необходимо предпринять следующее:

- Во-первых, рассмотреть вопрос о том, является ли секрет патентоспособным, и если да, не лучше ли его охранять с помощью патента.
- Во-вторых, убедиться, что лишь ограниченное число людей знает о секрете и что все они осведомлены о конфиденциальности информации.
- В-третьих, включить соглашения о конфиденциальности в договоры с работодателем. Однако по законодательству многих стран служащие несут обязательство перед своим работодателем сохранять конфиденциальность даже без таких соглашений. Обязательство хранить конфиденциальность секретов работодателя обычно сохраняется, по крайней мере, на определенный период времени даже после того, как служащий покинул предприятие.
- В-четвертых, подписывать соглашения о конфиденциальности с деловыми партнерами всякий раз, когда вы разглашаете конфиденциальную информацию.

ПАТЕНТЫ ИЛИ ПРОМЫШЛЕННЫЕ СЕКРЕТЫ?

Чаще всего промышленные секреты бывают двух видов. С одной стороны, промышленные секреты могут касаться изобретений или производственных процессов, которые не отвечают критерию патентоспособности и поэтому могут охраняться лишь в

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

качестве промышленных секретов. Это относится к спискам клиентов или к производственным процессам, которые не являются достаточно патентоспособными, чтобы получить патент (хотя они могут отвечать условиям получения охраны в качестве [полезной модели](#)). С другой стороны, промышленные секреты могут касаться изобретений, которые отвечают критериям патентоспособности и поэтому могут охраняться патентами. В последнем случае МСП столкнутся с выбором: либо запатентовать изобретение, либо хранить его в качестве промышленного секрета. Некоторые преимущества промышленных секретов включают:

- Охрана промышленного секрета имеет то преимущество, что она не ограничена во времени (действие патентов, как правило, длится до 20 лет). Поэтому его действие может продолжаться бессрочно до тех пор, пока секрет не разглашен.
- Промышленные секреты не связаны с затратами на регистрацию (хотя возможно сохранение конфиденциальности информации потребует более высоких расходов).
- Промышленные секреты имеют немедленное действие.
- Для охраны промышленного секрета не требуется соблюдения таких формальностей, как раскрытие информации государственному органу.

Однако охрана конфиденциальной деловой информации в качестве промышленного секрета имеет некоторые конкретные недостатки, особенно когда информация удовлетворяет критериям патентоспособности:

- Если секрет воплощен в новаторскую продукцию, другие лица могут иметь возможность проверить ее, рассмотреть критически и проанализировать (например «противоположенным образом спроектировать» ее), обнаружить секрет и после этого получить право использовать его. Охрана промышленного секрета какого-либо изобретения на деле не обеспечивает исключительного права препятствовать третьим сторонам коммерчески его использовать. Такой вид охраны могут предоставлять лишь патенты и полезные модели.
- После того, как секрет был разглашен, любой может иметь доступ к нему и использовать его по своему усмотрению.
- Защищать промышленный секрет труднее, чем патент. Уровень охраны, предоставляемой промышленным секретам, существенно различается в разных странах, но обычно считается слабым, особенно по сравнению с охраной, предоставляемой патентом.
- Промышленный секрет может быть запатентован любым другим лицом, кто разработал соответствующую информацию законным образом.

СЛУЧАИ, В КОТОРЫХ ВАШЕ МСП МОЖЕТ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ОХРАНОЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ СЕКРЕТОВ

Хотя решение должно приниматься в каждом случае отдельно, в следующих обстоятельствах можно было бы рекомендовать использовать охрану промышленных секретов:

- Если секрет не является патентоспособным.
- Если высока вероятность того, что информация может храниться секретной значительный период времени. Если секретная информация состоит из патентоспособного изобретения, охрана промышленного секрета будет подходящей лишь в том случае, если конфиденциальность секрета может обеспечиваться более 20 лет (период охраны патента) и если маловероятно, что другие смогут добиться такого же изобретения законным образом.
- Если не считается, что промышленный секрет представляет такую большую ценность, чтобы считаться патентоспособным (хотя полезная модель может быть хорошей альтернативой в странах, где существует охрана [полезной модели](#)).
- Если секрет относится скорее к производственному процессу, нежели к продукции, поскольку имеется большая вероятность, что продукция может быть заново спроектирована.
- Если вы подали заявку на патент и ожидаете выдачу патента.

Однако важно помнить о том, что охрана промышленного секрета является обычно слабой в большинстве стран, что условия и объем охраны могут существенно различаться в разных странах в зависимости от существующих правовых механизмов и прецедентного права, и что для сохранения секретности суды могут потребовать весьма существенных и возможно дорогостоящих усилий. Охрана патентов или полезной модели, когда это возможно, обеспечит более сильную охрану.

Дополнительные ссылки и документы

Обзор соглашений о конфиденциальности см. Центр помощи по правам интеллектуальной собственности Европейской комиссии: http://www.ipr-helpdesk.org/t_en/t/ac_001_en.asp

Авторское право и смежные права

ЧТО ТАКОЕ АВТОРСКОЕ ПРАВО?

Авторское право – это юридический термин, обозначающий **права, предоставляемые авторам** литературных и художественных произведений.

Что может быть объектом авторского права?

К числу **произведений, охватываемых авторским правом**, относятся: такие литературные произведения, как романы, поэмы, пьесы, справочные издания, газеты и компьютерные программы; базы данных; фильмы, музыкальные и хореографические произведения; такие произведения изобразительного искусства, как картины, рисунки, фотографии и скульптуры; произведения архитектуры, а также рекламная живопись, географические карты и чертежи.

КАКИЕ ПРАВА ПРЕДОСТАВЛЯЕТ АВТОРСКОЕ ПРАВО?

Непосредственным авторам произведений, охраняемых авторским правом, а также их наследникам предоставляются определенные базовые права. Они являются владельцами **исключительного права** на использование произведения либо на предоставление права на использование произведения другим лицам на согласованных условиях. Автор произведения может разрешить или запретить:

- его **воспроизведение** в той или иной форме, например в виде печатного издания или звукозаписи;
- его **публичное исполнение**, например в театральной пьесе либо в музыкальном произведении;
- его **запись**, например на компакт-диск, кассеты или видеопленку;
- его воспроизведение **средствами** вещания – по радио, кабельной сети или через спутниковую связь;
- его **перевод** на другие языки или **адаптацию**, например создание киносценария по мотивам романа.

Многие произведения искусства и культуры, охраняемые авторским правом (например, печатные издания, звукозаписи, фильмы), необходимо довести до массового потребителя, в частности средствами связи, а для этого требуются денежные средства; поэтому часто авторы за соответствующее вознаграждение **продают права** на свои произведения отдельным лицам или компаниям, которые имеют все необходимое для сбыта и распространения художественной продукции. Размер такого вознаграждения зачастую

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

зависит от объема фактического использования произведения, а само вознаграждение в этом случае называется **роялти**.

Срок охраны этих **имущественных прав**, по условиям соответствующих договоров ВОИС, ограничен сроком в 50 лет после смерти автора. Национальным законодательством могут быть предусмотрены более длительные сроки. Установленные таким образом сроки охраны предоставляют авторам и их наследникам возможность получать экономическую выгоду в течение разумного периода времени. В рамках авторского права также предусмотрена охрана **личных неимущественных прав**, в частности права требовать признания авторства, а также права не допускать внесения в произведение изменений, которые могут нанести ущерб репутации автора.

Автор или **обладатель авторского права** на произведение может **защищать свои права** в административном или в судебном порядке путем осмотра помещений с целью обнаружения следов производства или хранения незаконно изготовленных или **«пиратских»** копий с оригинала охраняемых произведений. Владелец может добиться судебного запрета на такую деятельность и требовать компенсации ущерба, понесенного в результате потери материальной выгоды, и признания авторства.

Что такое смежные права?

За последние 50 лет в области **смежных прав** произошло стремительное развитие. Эти смежные права сформировались **вокруг** охраняемых авторским правом произведений и предоставляют аналогичную, но зачастую более ограниченную по объему и по срокам охрану:

- **исполнителям** (актерам и музыкантам) на их исполнения;
- **производителям звукозаписей** (например, на кассетах и компакт-дисках) на их звукозаписи;
- **организациям эфирного вещания** на их радио и телевизионные программы.

Почему необходима охрана авторских прав?

Авторское право и смежные права являются **необходимыми условиями развития творчества**, предоставляя авторам стимул в форме **признания и справедливого материального вознаграждения**. Эта система охраны прав обеспечивает авторам гарантию распространения их произведений без боязни несанкционированного изготовления копий или пиратства. а это, в свою очередь, обеспечивает более свободный доступ населения стран мира к **культурным ценностям, к знаниям и развлечениям, а также гарантирует их более высокое качество**.

Как авторское право использует последние технические достижения?

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

В последние десятилетия области **авторского права и смежных прав очень расширились** как следствие внедрения **достижений науки и техники**, которые, в частности, позволили разработать новые способы распространения произведений с помощью таких **средств глобальной связи**, как спутниковая связь и компакт-диски. Совсем недавно появилась возможность распространения произведений через Internet, что создало в области авторского права новые проблемы. ВОИС принимает самое активное участие в непрекращающейся международной дискуссии по вопросам разработки новых норм охраны авторского права в киберпространстве. Организация выполняет административные функции **Договора ВОИС по авторскому праву и Договора ВОИС по исполнениям и фонограммам**, (зачастую объединяемых под общим названием «Договоры ВОИС по Internet»). В указанных договорах содержатся **международные нормы**, направленные на предотвращение несанкционированного доступа к творческой продукции в Internet и других цифровых сетях и ее незаконного использования.

Как регулируется авторское право?

Охрана авторского права не зависит от каких-либо формальностей. Считается, что охрана творческой продукции начинается с момента создания произведения. Однако, во многих странах имеются национальные ведомства по авторскому праву, а законодательство некоторых стран предусматривает возможность регистрации произведений с целью, например, идентификации их названий и установления различий между ними.

У многих владельцев творческой продукции не имеется достаточных средств для защиты авторских прав в административном или судебном порядке, в особенности с учетом **все более широкого использования** прав на литературные и музыкальные произведения, а также прав на исполнения. В результате, во многих странах появились и находят все более широкое распространение **организации или общества по коллективному управлению правами**. Эти общества, опирающиеся на значительный опыт в административной и юридической деятельности, способны предоставлять своим членам услуги по сбору, управлению и распределению роялти, полученных за международное использование произведений кого-либо из авторов-членов общества.

КАКУЮ ВЫГОДУ ВАШЕ МСП МОЖЕТ ПОЛУЧИТЬ ОТ ОХРАНЫ АВТОРСКИМ ПРАВОМ?

Участвует ли ваше предприятие в создании, записи, публикации, распространении, распределении или продаже художественных, музыкальных или литературных произведений? Имеет ли ваша компания веб-сайт, брошюру, корпоративное видео, или она дает рекламу в газетах или по телевидению? Использует ли ваше МСП музыкальную, художественную или программную продукцию, принадлежащую другим лицам, в любой из своих публикаций, брошюр, баз данных или веб-сайтов? Принадлежат ли вашей компании права на программное обеспечение? Если вы дадите положительный ответ на любой из вышепоставленных вопросов, то тогда вы, возможно, пожелаете узнать больше о проблемах авторского права. [Ниже дается краткое пояснение](#) видов произведений, охватываемых охраной авторским правом, и прав, предоставляемых авторским и смежными правами.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

После того как вы получите четкую картину об основах охраны авторским правом, вы, возможно, пожелаете узнать о том, что ваше МСП должно делать для того, чтобы:

- а) Законным образом использовать или эксплуатировать произведения или творения других с разрешения автора или праволадельца на справедливых и разумных условиях;
- б) Охранять ваши собственные произведения или творения и убедиться в том, что вы наилучшим образом используете ваши права и получаете справедливое материальное вознаграждение за любое использование ваших творений.

Полезные советы вашему МСП в его качестве пользователя авторского права

Для некоторых предприятий использование или эксплуатация охраняемых авторским правом произведений, звуковых записей, вещаний или исполнений может быть важнейшей частью их повседневной деятельностью. Это могут быть радиостанции, издательства, библиотеки, магазины или ночные клубы. Для других это может быть просто подсобным инструментом, используемым для укрепления корпоративных публикаций, веб-сайтов и других рыночных инструментов. И, наконец, в других случаях использование авторского права может ограничиваться использованием их программного обеспечения для компьютеров. Для всех таких случаев вы, возможно, пожелаете рассмотреть следующие вопросы:

Нужна ли мне лицензия? Вероятно, самая важная вещь, о которой должно знать предприятие, использующее или занимающееся произведениями, охраняемыми авторскими или смежными правами, заключается в том, нужна ли для такой деятельности лицензия. Как правило, для каждого коммерческого использования или эксплуатации этих прав требуется лицензия или передача прав от праволадельца. Это включает целый ряд действий: от использования знаменитой песни в телевизионной рекламе до продажи и распределения компакт-дисков и цифровых дисков и использования программного обеспечения в компьютерах компании. В отношении лицензии вы должны выяснить, управляются ли права организацией по коллективному управлению или автором или производителем непосредственно, и провести переговоры о заключении лицензионного соглашения до использования или эксплуатации вами продукции. Запомните, что тяжба по поводу нарушения авторского права может оказаться очень дорогостоящей процедурой, поэтому разумнее подумать обо всех этих вопросах до того, как вы создали трудности для себя и для вашей компании. Вы можете также запросить совета относительно условий вашего лицензионного соглашения, прежде чем вы его подпишите. В случае некоторых видов продукции, таких как пакетное программное обеспечение, продукция часто отдается вам под лицензию при покупке. Условия предоставления лицензии часто включены в пакетное соглашение, от которого вы можете отказаться, если вы не согласны с условиями предоставления лицензии.

Имеется ли общество по коллективному управлению? [Общества по коллективному управлению существенно](#) упрощают процесс получения лицензии для различных произведений. Вместо того чтобы общаться с каждым отдельным автором или правообладателем, общество по коллективному управлению предлагает пользователям цивилизованный источник, где могут быть обсуждены расценки и условия использования и где могут быть быстро и легко получены разрешения. В последние годы создание «универсальных учреждений», объединивших вместе различные общества по коллективному управлению, которые могут легко и быстро выдать разрешение, считается особенно полезным для мультимедийной продукции, требующей целый ряд разрешений. Обращение к услугам обществ по коллективному управлению, когда это, возможно, может помочь вам сэкономить время и деньги. Более подробная информация о соответствующих обществах по коллективному управлению, действующих в вашей стране, может быть получена [в национальном ведомстве по авторскому праву](#).

Можете ли вы свободно использовать произведения, опубликованные в Интернет? Согласно общему неправильному восприятию произведения, опубликованные в Интернет, переходят в сферу общественного достояния и могут поэтому широко использоваться любым без разрешения правообладателя. Любые произведения, охраняемые авторским правом или смежными правами, от музыкальных композиций до мультимедийной продукции, газетных статей, аудиовизуальной продукции, в отношении которой время охраны еще не истекло, охраняется независимо от того, опубликованы ли они на бумаге или иным способом, например в Интернет. Как правило, в каждом случае вы должны получить разрешение у правообладателя до использования такого произведения. Подобным образом разрешение необходимо, если ваше МСП публикует или предоставляет через свой веб-сайт в Интернет охраняемые авторским правом произведения, звуковые записи, передачи и исполнения.

Полезные советы вашему МСП в его качестве владельца авторского права

Если ваша компания непосредственно вовлечена в так называемую «авторско-правовую деятельность», например создание, публикацию, запись, распределение или продажу произведений, охраняемых авторскими или смежными правами, вы должны убедиться в том, что вам известны ваши права и принять надлежащие меры для их осуществления, лицензирования и защиты. Но даже если вы прямо не вовлечены в «авторско-правовую деятельность», ваше предприятие может время от времени производить некоторые произведения, охраняемые авторскими или смежными правами. Корпоративные публикации, брошюры, веб-сайты, телевизионная или газетная реклама, сбыт видео – все это, по всей вероятности, будет охраняться в соответствии с законодательством об авторском праве.

В любом случае, если вы полагаете, что ваше предприятие создало произведения, охраняемые авторскими или смежными правами, и вы хотите, чтобы ваше МСП получило максимальное вознаграждение за такие произведения, то вам рекомендуется получить консультацию [в вашем Национальном ведомстве по авторскому праву](#) или у юриста, компетентного в области авторского права. Ниже приводятся некоторые из вопросов,

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

которые вы могли бы поставить перед ними, чтобы лучше понять систему авторского права в вашей стране:

Имеется ли депозитарий авторского права? Как правило, охрана авторского права является автоматической и не зависит от регистрации. Однако в некоторых странах имеется депозитарий авторского права и регистрация вашего произведения у депозитария будет разумным выбором, поскольку это существенно поможет вам в случае спора, например относительно права собственности на произведение.

Кому принадлежат права? Собственником авторского права на произведение обычно является первоначальный создатель или автор произведения. Однако из этого правила имеются некоторые исключения. Например, в некоторых странах считается, что имущественные права на охраняемое авторским правом произведение первоначально принадлежат работодателю/производителю, в то время как в некоторых других считается, что эти права уступлены или переданы работодателю/производителю. Поэтому можно рекомендовать выяснить конкретные нормы в вашей собственной стране.

Каковы мои права? Исключительные права, которые предоставляются авторам и праводержателям в соответствии с национальным законодательством об авторском праве, являются различными в разных странах. Однако обычно исключительные права охватывают, например право на воспроизведение (право делать копии), право на публичное исполнение, право на передачу в эфир и право на переработку. Все большее число стран наделяют также праводержателей правом на распространение своих произведений в Интернет, а также на охрану от обхода технических защитных мер. Таким образом, есть смысл в том, чтобы определить, какие права предоставляются по вашему национальному законодательству об авторском праве, для того чтобы ваше МСП могло в полной мере воспользоваться охраной авторскими и смежными правами. Чтобы облегчить законную торговлю произведениями, охраняемыми авторским правом, следует помнить о том, что предоставленные авторам имущественные права имеют временные пределы, которые согласно договорам ВОИС составляют 50 лет после смерти создателя. На национальном уровне могут быть предусмотрены более длительные сроки охраны. Организации по коллективному управлению правами обычно имеют возможность предоставить соответствующую информацию по этому вопросу. Помните также о том, что авторско-правовая охрана обычно включает личные неимущественные права, которые, в свою очередь, включают право на авторство произведения и право возражать против тех его изменений, которые могут повредить репутации создателя.

Другие полезные советы вашему МСП в его качестве владельца авторского права

Каким образом я получаю международную охрану для моих произведений? Если страна, гражданином или жителем которой вы являетесь, ратифицировала международные конвенции в области авторских и смежных прав, административные функции которых осуществляет ВОИС, таких как Бернская конвенция, или является членом Всемирной торговой организации и осуществляет свои обязательства по Соглашению ТРИПС, или вы опубликовали ваше произведение впервые, или, по крайней мере, одновременно в одной из таких стран, ваше произведение, охраняемое авторским правом, будет пользоваться

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

автоматической охраной в большом числе стран. Если это не так, то могут все же иметься некоторые взаимные соглашения между вашей страной и некоторыми другими странами, которые предоставляют схожие права.

Каким образом я должен лицензировать мои произведения? Если вы желаете отдать ваше произведение в лицензию таким пользователям, как вещатели, издатели или даже разнообразные увеселительные заведения, от баров до ночных клубов, присоединение к [обществу по коллективному управлению](#) может оказаться хорошим решением.

Организации по коллективному управлению контролируют использование произведений от имени авторов, уполномочены вести переговоры о лицензиях и собирать вознаграждения. Они особенно распространены в области музыкальных и литературных произведений, где может иметься большое число пользователей одного и того же произведения и будет весьма трудно как для собственника прав, так и для пользователей получать особые разрешения для каждого отдельного использования и для контроля за ним. В отсутствие обществ по коллективному управлению лицензионные соглашения должны обсуждаться отдельно с каждым лицензиатом. Совет эксперта в этой области может быть полезным для получения выгодных условий в лицензионном контракте.

Каким образом я должен защищать мои права? Автор произведения имеет право разрешить или запретить использование своего произведения. Если вы обнаруживаете, что кто-либо использует ваше охраняемое авторским правом произведение без разрешения, вы можете защищать свои права в административном органе или судах. Во многих странах имеются также так называемые меры на границе для предотвращения импорта пиратских товаров, охраняемых авторским правом. Экспертный совет от юриста или поверенного по ИС, ведомства по авторскому праву или таможенных властей будет весьма важным в том случае, если вы обнаружите, что ваши права на произведение нарушены (см. также [«Что должно делать ваше МСП для урегулирования споров, связанных с интеллектуальной собственностью?»](#)). Некоторые такие произведения как программное обеспечение, фонограммы и аудио-визуальные произведения могут включать технические меры охраны (например шифрование, системы условного доступа) для охраны от нелегального использования. Такие системы – это средство, с помощью которого собственники права могут ограничить доступ теми потребителями, которые согласились с условиями использования произведения и заплатили за такое использование.

КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ АВТОРСКИМ ПРАВОМ И СМЕЖНЫМИ ПРАВАМИ

Цель данной брошюры состоит в том, чтобы дать краткий обзор широкого и сложного понятия коллективного управления авторским правом и смежными правами. В будущем будут выпущены другие брошюры по более конкретным аспектам этой темы (таким как права исполнителей, информация об управлении правами и т.д.).

Прежде чем определить саму концепцию и представить ее основные особенности кратко рассмотрим, что означает само авторское право и смежные права.

Если какое-либо лицо создает литературное, музыкальное, научное или художественное произведение, то оно является владельцем этого произведения и может свободно принимать решения относительно его использования. Это лицо (называемое «создатель» или «автор», или «правообладатель») может контролировать судьбу этого произведения. Поскольку в соответствии с законом произведение охраняется авторским правом с момента его создания, нет необходимости соблюдать какие-либо формальности, такие как регистрация или депонирование, в качестве условия для получения этой охраны. Охраняются не сами идеи, а лишь способ их выражения.

Авторское право – это правовая охрана, предоставляемая правообладателю на оригинальное произведение, которое он создал. Оно включает две основные группы прав: имущественные и личные неимущественные права.

Имущественные права – это право на воспроизведение, вещание, публичное исполнение, переработку, перевод, публичное чтение, публичный показ, распространение и т.д.

Личные неимущественные права включают право автора возражать против любого извращения, искажения или другого изменения его произведения, которое может нанести ущерб его чести или репутации.

Обе группы прав принадлежат автору, который может осуществлять их. Осуществление прав означает, что он может использовать произведение сам, может давать кому-либо разрешение использовать произведение или может запретить кому-нибудь другому использовать это произведение. Общий принцип состоит в том, что охраняемые авторским правом произведения не могут использоваться без разрешения правообладателя. Однако, в национальных законах об авторском праве предусмотрены некоторые исключения из этого правила. В принципе, охрана действует в течение жизни автора и минимум 50 лет после его смерти.

Эти правовые аспекты указаны в международных конвенциях, участниками которых в настоящее время являются большинство стран. К моменту присоединения государства-члены должны иметь национальное законодательство, которое соответствует международным стандартам.

На **международном уровне** имущественные и личные неимущественные права предоставляются в соответствии с **Бернской конвенцией об охране литературных и художественных произведений**, обычно называемой «Бернская конвенция». Эту Конвенцию, принятую в 1886 г., неоднократно пересматривали с тем, чтобы принять во внимание влияние новых технологий на уровень предоставляемой охраны.

Административные функции Конвенции осуществляет Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС), одно из специализированных международных учреждений Организации Объединенных Наций.

В то время как права, предоставляемые авторским правом, применяются к авторам, «смежные права» касаются других категорий правообладателей, а именно: исполнителей, производителей фонограмм и организаций эфирного вещания.

Смежные права – это права, которые принадлежат исполнителям, производителям фонограмм и организациям эфирного вещания соответственно в отношении их исполнений, фонограмм и теле-радиопередач.

Смежные права отличаются от авторского права тем, что они принадлежат владельцам, которые считаются посредниками при изготовлении, записи или распространении произведений. Связь с авторским правом вызвана тем фактом, что три категории обладателей смежных прав являются вспомогательными звеньями в процессе интеллектуального творчества, поскольку они оказывают содействие авторам при сообщении произведений последних для всеобщего сведения. Музыкант исполняет музыкальное произведение, написанное композитором; актер играет роль в пьесе, написанной драматургом; производители фонограмм или чаще называемые как «записывающая индустрия» записывают и выпускают песни и музыку, написанные авторами и композиторами, исполняемые музыкантами или певцами; организации эфирного вещания передают произведения и фонограммы на своих радио или телестанциях.

На международном уровне смежные права предоставляются в соответствии с **Римской конвенцией по охране интересов исполнителей, производителей фонограмм и организаций вещания**, более известной как “Римская конвенция”. Эта Конвенция была принята в 1961 г. и с тех пор ни разу не пересматривалась. Административные функции этой Конвенции выполняют совместно - Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Международная организация труда (МОТ) и ВОИС.

Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности 1994 г. (или Соглашение ТРИПС), административные функции которого осуществляет Всемирная торговая организация (ВТО), включает положения о такой международной охране или ссылается на них.

Имеются также другие международные договоры, которые касаются охраны авторского права и смежных прав; дополнительную информацию о них можно получить, обратившись в ВОИС (см. адрес на последней странице).

ЧТО ТАКОЕ КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ АВТОРСКИМ ПРАВОМ И СМЕЖНЫМИ ПРАВАМИ?

Выше упоминалось, что автор произведения имеет право разрешить или запретить использование своих произведений; драматург может согласиться на исполнение его произведения на сцене при соблюдении некоторых согласованных условий; писатель может заключить контракт с издателем о публикации и распространении какой-либо книги, и композитор или музыкант могут согласиться с записью его музыки или исполнения на компакт-диске. Эти примеры показывают, как правообладатели могут осуществлять лично свои права.

Другие случаи свидетельствуют о том, что индивидуальное управление правами является практически невозможным в отношении некоторых видов использования в силу ряда практических причин. Автор не имеет материальных возможностей для того, чтобы следить за всеми видами использования своего произведения. Он не может, например, вступать в контакт с каждой радио или телевизионной станцией для того, чтобы вести переговоры о лицензиях или вознаграждении за использование его произведений. И напротив, нереально для каждой организации эфирного вещания запрашивать конкретное разрешение от каждого автора на использование каждого произведения, охраняемого авторским правом. Ежегодно на телевидении исполняется в среднем 60 000 музыкальных произведений, и таким образом, разрешение должно быть получено от тысяч правообладателей. Практическая неосуществимость индивидуального управления такой деятельностью как для правообладателей, так и для пользователей, приводит к необходимости создания **организаций коллективного управления**, чья роль состоит в том, чтобы стать связующим звеном между пользователями и правообладателями в этих ключевых областях.

Коллективное управление – это осуществление авторского права и смежных прав организациями, действующими в интересах и от имени правообладателей.

ПОЧЕМУ НЕОБХОДИМО КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ АВТОРСКИМ ПРАВОМ И СМЕЖНЫМИ ПРАВАМИ?

Композиторы, писатели, музыканты, певцы, исполнители и другие талантливые люди являются самым ценным достоянием общества. Наша культурная жизнь обогащается их творческим гением. Чтобы способствовать дальнейшему раскрытию их таланта и поощрять их творчество мы должны дать им индивидуальные стимулы, а именно: вознаграждение в обмен на разрешение использовать их произведения.

Организации коллективного управления являются важным связующим звеном между авторами и пользователями произведений, охраняемых авторским правом (такими как радиостанции), поскольку они обеспечивают, чтобы авторы в качестве правообладателей получали плату за использование их произведений.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС) КТО ЯВЛЯЕТСЯ ЧЛЕНАМИ?

Членство в организациях коллективного управления открыто для всех обладателей авторских и смежных прав независимо от того, являются ли они авторами, композиторами, издателями, писателями, фотографами, музыкантами или исполнителями. Организации эфирного вещания не включены в этот перечень, поскольку они рассматриваются в качестве пользователей, несмотря на тот факт, что они обладают некоторыми правами на свои передачи. Вступая в организацию коллективного управления, члены сообщают о себе некоторые личные данные и заявляют произведения, которые они создали. Представленная информация является частью документации организации коллективного управления, которая позволяет провести связь между использованием произведений и платой за использование произведений, которая должна быть произведена истинным правообладателем. Заявленные членами организации произведения составляют так называемые «национальный» или «местный» репертуар (в отличие от международного репертуара, который состоит из иностранных произведений, управляемых зарубежными организациями коллективного управления).

КАКИЕ ВИДЫ ПРАВ ЯВЛЯЮТСЯ НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫМИ ПРИ КОЛЛЕКТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ?

Чаще всего организации коллективного управления охраняют следующие права:

- Право на публичное исполнение (музыка, воспроизводимая или исполняемая в дискотеках, ресторанах и других общественных местах);
- Право на эфирное вещание (живые или записанные исполнения по радио и телевидению);
- Права на механическое воспроизведение музыкальных произведений (воспроизведение произведений на компакт-дисках, магнитных лентах, виниловых пластинках, кассетах, мини-дисках и других формах записи);
- Права на исполнение драматических произведений (театральных пьес);
- Право на репрографическое воспроизведение литературных и музыкальных произведений (фотокопирование);
- Смежные права (права исполнителей и производителей фонограмм на получение вознаграждения за эфирное вещание или сообщение фонограмм для всеобщего сведения).

КАК ДЕЙСТВУЕТ КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ?

Имеются разные виды организаций коллективного управления или групп таких организаций в зависимости от категории соответствующих произведений (музыка, драматические произведения, мультимедийные продукты и т.д.), которые коллективно управляют различными видами прав.

«Традиционные» **организации коллективного управления**, действующие от имени своих членов, согласовывают ставки вознаграждения и условия использования с

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

пользователями, предоставляют лицензии, разрешающие использование, собирают и распределяют вознаграждение. Сами правообладатели непосредственно не участвуют в каком-либо из этих действий.

Центры оформления прав предоставляют пользователям лицензии, которые отражают условия использования произведений и размеры вознаграждения, установленные каждым отдельным держателем прав, являющимся членом центра (в области репрографии, например, авторы печатных произведений, таких как книги, журналы и периодические издания). Здесь центр действует в качестве представителя правообладателя, который остается непосредственно вовлеченным в определение условий использования его произведений.

«Полный спектр услуг» – это своего рода коалиция отдельных организаций коллективного управления, которые предлагают пользователям централизованный источник, где можно легко и быстро получить разрешение. Наблюдается все более четкая тенденция создавать такие организации из-за растущей популярности «мультимедийных продуктов» (продуктов, составленных или созданных из нескольких видов произведений, включая компьютерное программное обеспечение), которые требуют получения самых разнообразных разрешений.

В области музыкальных произведений (включающих все виды музыки: современной, джазовой, классической, симфонической, блюзовой и эстрадной, как инструментальной, так и вокальной) – документация, лицензирование и распределение - это три кита, на которых основывается коллективное управление правами на публичное исполнение и эфирное вещание.

Организация коллективного управления ведет переговоры с пользователями (такими как радиостанции, вещатели, дискотеки, кинотеатры, рестораны и т.п.), или группами пользователей и разрешает им использовать охраняемые авторским правом произведения из своего репертуара при условии выплаты вознаграждения и выполнения других условий. На основе своей документации (информация о членах и их произведениях) и программ, представленных пользователями (например, списки музыкальных произведений, исполняемых на радио), организация коллективного управления распределяет авторское вознаграждение среди своих членов в соответствии с установленными правилами распределения. Обычно, из авторского вознаграждения вычитается сбор на покрытие административных расходов и, в некоторых странах, на общественные мероприятия культурного характера. Вознаграждение, фактически выплачиваемое обладателям авторских прав, соответствует масштабам использования произведений и сопровождается информацией об этом использовании. Эти действия и операции выполняются с помощью компьютеризированных систем, специально приспособленных для этих целей.

В области драматических произведений (которые включают сценарии, киносценарии, пантомиму, балет, театральные пьесы, оперы и музыкальные спектакли) практика коллективного управления отличается тем, что организация коллективного управления действует в качестве агента, представляющего авторов. Она согласовывает с организациями, представляющими театры, общий контракт, в котором указываются минимальные условия использования конкретных произведений.

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

Исполнение каждой пьесы требует в этом случае получения дополнительного разрешения от автора, которое принимает форму индивидуального контракта, устанавливающего конкретные условия автора. Затем, организация коллективного управления сообщает о том, что разрешение было дано заинтересованным автором и собирает соответствующее вознаграждение.

В области печатных произведений (означающих книги, журналы и другие периодические издания, газеты, доклады и сборники песенных стихов) коллективное управление главным образом означает предоставление права на репрографическое воспроизведение, другими словами разрешения на фотокопирование охраняемого материала такими учреждениями как библиотеки, общественные организации, университеты, школы и ассоциации потребителей. Принудительные лицензионные соглашения, если они допускаются международными конвенциями, могут быть включены в национальное законодательство; в этих случаях за вознаграждение предоставляется право на использование, которое не требует получения согласия правообладателя. Организации коллективного управления получают и распределяют вознаграждение. В особом случае воспроизведения для частного или личного использования некоторые национальные законодательные акты содержат особое положение о справедливом вознаграждении, которое выплачивается правообладателям и финансируется за счет сборов, взимаемых с оборудования или фотокопий, или с того и другого.

В области смежных прав национальное законодательство некоторых стран предусматривает право на вознаграждение, которое выплачивается исполнителям или производителям фонограмм или и тем и другим, если коммерческие звукозаписи сообщаются для всеобщего сведения или используются для эфирного вещания. Вознаграждение за такие виды использования собирается и распределяется либо совместными организациями, созданными исполнителями и производителями фонограмм, или отдельными организациями, в зависимости от отношений между соответствующими сторонами или от правовой ситуации в стране.

ГДЕ ДЕЙСТВУЮТ ОРГАНИЗАЦИИ КОЛЛЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ?

Национальные законы, которые устанавливают права на литературные и художественные произведения и смежные права, действуют лишь в пределах границ этой страны. Согласно принципу национального режима, закрепленного как в Бернской конвенции, так и в Римской конвенции, в большинстве случаев иностранные правообладатели приравнены к национальным правообладателям. Этот принцип подкрепляется организациями коллективного управления, которые в соответствии с соглашениями о взаимном представительстве управляют иностранными репертуарами на своей национальной территории, обмениваются информацией и платят вознаграждение иностранным правообладателям.

СВЯЗИ С НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В настоящее время имеется сложившаяся глобальная сеть организаций коллективного управления и они эффективно представлены такими неправительственными

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

организациями, как Международная конфедерация обществ авторов и композиторов (СИЗАК), Международная федерация организаций по правам на воспроизведение (ИФРРО) и на европейском уровне - Ассоциация европейских организаций исполнителей (АЕОИ).

В рамках своей деятельности по международному сотрудничеству в целях развития Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) тесно сотрудничает с вышеуказанными организациями, а также с такими другими организациями как Международная федерация актеров (МФА), Международная федерация музыкантов (МФМ) и Международная федерация фонографической промышленности (ИФПИ). Целью является оказание помощи развивающимся странам, по их просьбе, в создании организаций коллективного управления и укрепление уже существующих организаций с тем, чтобы они были в полной мере эффективными и действенными, в том числе при решении проблем, возникающих в цифровой сфере. Такая деятельность проводится в рамках программы ВОИС по сотрудничеству в целях развития.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ

Коллективное управление оказывает ценную услугу музыкальному миру и другим видам творчества. Управляя правами авторов, система вознаграждает их за работу, а авторы, в свою очередь, в большей степени склонны развивать и применять свой талант в условиях, которые обеспечивают надлежащую охрану авторских и смежных прав и эффективную систему управления правами. Такая ситуация поощряет авторов вносить свой вклад в развитие культуры, привлекает иностранные капиталовложения и в целом позволяет обществу максимально использовать многочисленные произведения. В совокупности эти факторы несомненно оказывают благоприятное влияние на национальную экономику; культурная сфера составляет до 6% от валового национального продукта некоторых крупных стран, причем существенная часть этой доли приходится на доходы, получаемые от коллективного управления авторскими и смежными правами.

Некоторые организации коллективного управления предлагают своим членам различного рода **социальную охрану**. зачастую льготы включают помощь при оплате медицинского лечения или страхования, пенсионное страхование или гарантированный доход на основе выплаты членам авторских вознаграждений.

Организации коллективного управления могут выступать спонсором **культурных мероприятий** по популяризации национального репертуара произведений в стране и за границей. Они способствуют проведению театральных фестивалей и музыкальных конкурсов, подготовке национальных фольклорных и музыкальных антологий и другой подобной деятельности.

однако, забота о благосостоянии и поощрение культурных мероприятий не являются обязательными и могут также быть обеспечены за счет вычетов, которые организация коллективного управления делает с собираемых авторских вознаграждений. Среди организаций коллективного управления нет единого мнения в отношении идеи вычета, который согласно правилам СИЗАК не должен превышать 10% от чистого дохода.

КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Охраняемые авторским правом произведения будут во все большем объеме передаваться в цифровой форме через такие глобальные сети как Internet. В результате, коллективное управление авторскими и смежными правами, осуществляемое государственными, полугосударственными и рыночными учреждениями, будет изменено таким образом, чтобы в полной мере воспользоваться теми выгодами, которые предлагают информационные технологии. Все возрастающие возможности, предлагаемые Internet правообладателям, и появление «мультимедийных» продуктов влияют на условия охраны, осуществление и управление авторским и смежными правами, а также на защиту прав. В мире, который в новом тысячелетии действует в режиме он-лайн, управление правами приобретает новое значение. Охраняемые произведения в настоящее время преобразуются в цифровую форму, уплотняются, загружаются, перегружаются, копируются и распространяются через Internet в любую точку мира. Растущие возможности этой сети позволяют осуществлять массовое хранение и доставку охраняемого материала в режиме он-лайн. Возможность загрузки и пересылки содержания какой-либо книги и прослушивание и запись музыки из киберпространства в настоящее время является реальностью. Но наряду с созданием широчайших возможностей, это также создает и многочисленные проблемы для владельцев, пользователей и организаций коллективного управления.

Многие организации коллективного управления разработали системы для предоставления в режиме он-лайн информации, связанной с лицензированием произведений и содержания, контролем за использованием, сбором и распределением вознаграждения за различные категории произведений в цифровом пространстве. Эти цифровые информационные системы, которые зависят от разработки и использования уникальных систем оцифровки и кодов, наносимых на такие цифровые носители как компакт-диски и пленка, позволяют должным образом идентифицировать произведения, правообладателей и сами цифровые носители и предоставить другую соответствующую информацию. Надлежащая правовая охрана необходима для того, чтобы предотвратить действия, направленные на обход технических мер охраны, а также обезопаситься от изъятия или изменения любых элементов систем цифровой информации или другой подобной практики.

В 1996 г. под эгидой ВОИС были заключены два Договора, направленные на решение проблем охраны авторских и смежных прав и управления ими в век цифровой информации. Известные как «Договоры Internet» - Договор ВОИС по авторскому праву и Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам (соответственно ДАП и ДИФ, см. информационные брошюры ВОИС по этим Договорам) рассматривают среди прочего обязательства, касающиеся принятия мер технической охраны и информации об управлении правами в условиях цифровой информации; они обеспечивают охрану интересов правообладателей при распространении их произведений через Internet; они также содержат положения, требующие от национальных законодателей обеспечить эффективную охрану технических мер путем запрета импорта, изготовления и

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

распространения незаконных устройств или материалов, а также запрета действий, которые могут наносить ущерб системам информации об управлении правами. Имеются и другие специальные брошюры по авторскому праву, смежным правам и Договорам ДАП и ДИФ, которые могут быть получены в ВОИС по запросу. За дальнейшей информацией по вопросам коллективного управления читатели могут обращаться в Отдел коллективного управления авторским правом в ВОИС по телефону +41-22 338 91 43 (Секретариат), или посетить Web-узел ВОИС – www.wipo.int. За дальнейшей информацией обращайтесь в Всемирную организацию интеллектуальной собственности

Адрес:

34, chemin des Colombettes
P.O.Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland

Телефон:

41 22 338 91 11

Факс:

41 22 733 54 28

Электронная почта:

wipo.mail@wipo.int

Смотрите Web-страницу ВОИС:

<http://www.wipo.int>

и посетите Электронный книжный магазин ВОИС:

<http://www.wipo.int/ebookshop>

или в Бюро по координации в Нью-Йорке

Адрес:

2, United Nations Plaza
Suite 2525
New York, N.Y.10017
United States of America

Телефон:

1 212 963 6813

Факс:

1 212 963 4801

Электронная почта:

wipo@un.org

Каким образом коллективные знаки, сертификационные знаки и географические указания могут быть полезны для МСП?

Для малого и среднего предприятия (МСП) достижение признания потребителей и верности покупателей представляет собой сложную задачу. Независимо от качества товаров, получение доступа к магазинам розничной торговли, местным рынкам и сетям распределения товаров, а также популяризация продуктов среди потребителей требуют значительных инвестиций, которые могут превысить бюджет многих фирм. С учетом незначительного масштаба производства, многие МСП испытывают трудности в проведении мощной маркетинговой кампании, которая позволит им разместить на рынке их изделия, и создаст репутацию для их товаров, которая будет привлекать потребителей. Какие здесь могут быть варианты?

Старая поговорка гласит: «Если вы не можете победить их, присоединяйтесь к ним». И в этих словах заложена большая мудрость. Работая вместе, МСП могут организовать совместную маркетинговую кампанию для своих продуктов, используя **коллективные знаки**. В действительности, многие выскажут довод о том, что одной из главных проблем для МСП является не столько их размер, сколько их изоляция. Коллективные знаки могут быть использованы в качестве полезной основы для установления связей между различными МСП, выпускающими аналогичные продукты, помогая им расширить признание и репутацию своих продуктов.

МСП могут также зарегистрировать свой продукт в качестве **географического указания**, если они считают, что между их продуктом и географическим районом, в котором он производится, существует четкая связь. Это будет гарантировать исключительность использования географического указания (например «шампанское» или «текила») для рекламы их продуктов.

Наконец, они могут использовать **сертификационные знаки** для удостоверения соответствия продукта требуемым стандартам, указывая таким образом потребителям на то, что их продукт был проверен организацией, считающейся компетентной в вопросах сертификации продуктов, и удовлетворяет необходимым требованиям. Это также может помочь компании разместить на рынке свои продукты и добиться улучшения ее имиджа среди потребителей.

КОЛЛЕКТИВНЫЕ ЗНАКИ

В законодательстве по интеллектуальной собственности большинства стран имеются положения об охране коллективных знаков. **Коллективные знаки** обычно определяются как обозначения, которые позволяют отличать географическое указание, материал, способ производства или другие общие характеристики товаров или услуг различных предприятий, использующих коллективный знак. Владельцем такого знака может быть либо ассоциация, в число членов которой входят такие предприятия, или любой другой субъект, включая общественную организацию или кооператив.

Владелец коллективного знака несет ответственность за обеспечение его членами соответствия определенным стандартам (обычно зафиксированным в положениях,

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

касающихся использования коллективных знаков). Таким образом, функция коллективного знака заключается в информировании публики о некоторых конкретных свойствах продукта, в отношении которого используется коллективный знак.

Большинство стран требует, чтобы к заявке на коллективный знак был приложен экземпляр положений, регулирующих использование коллективного знака.

Коллективные знаки часто используются для рекламы продуктов, характерных для конкретного региона. В таких случаях создание коллективного знака не только помогает размещать такие продукты на внутреннем, а иногда на иностранных рынках, но также обеспечивает основу для сотрудничества между местными производителями. Фактически, создание коллективного знака должно осуществляться одновременно с разработкой некоторых стандартов и критериев и общей стратегии. В этом смысле коллективные знаки могут стать мощным средством местного развития.

Возьмем в частности продукты, которые могут иметь некоторые отличия, характерные для производителей в данном регионе, связанные с историческими, культурными и социальными условиями данного района. Коллективный знак может использоваться для воплощения таких особенностей, а также в качестве основы для маркетинга упомянутых продуктов, принося таким образом пользу всем производителям.

Поэтому ассоциации МСП могут регистрировать коллективные знаки с целью совместного маркетинга продуктов группы МСП и повышения репутации продуктов.

Коллективные знаки могут использоваться вместе с отдельными товарными знаками производителя конкретного товара. Это позволяет компаниям обеспечивать отличие их продуктов от продуктов конкурентов, в то же время пользуясь доверием потребителей продуктов или пользователей услуг, предлагаемых под этим коллективным знаком.

Таким образом, коллективные знаки могут стать для МСП полезным средством, помогающим решать некоторые задачи, связанные с их небольшим размером и изолированностью на рынке. [Национальные ведомства промышленной собственности](#) могут предоставить более подробную информацию о процедурах регистрации и использования коллективных и сертификационных знаков.

В качестве практической иллюстрации того, как работают на практике коллективные знаки, смотри пример [«Чиримоя Кумбе»](#) и [«APDL Кахамарка»](#).

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Что такое географическое указание?

Географическое указание – это обозначение, используемое на товарах, которые имеют особое географическое происхождение и обладают свойствами или репутацией, присущими этому месту происхождения. В более общем плане географическое указание состоит из названия места происхождения товаров. Типичным примером могут являться сельскохозяйственные продукты, свойства которых обусловлены местом, где они произведены, и обусловлены такими особыми местными географическими факторами, как климат и почва. Функционирование обозначения в качестве географического указания определяется национальным законодательством и восприятием потребителей.

Географические указания могут использоваться в связи с широким разнообразием

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

сельскохозяйственной продукции, как например, “Tuscany” применительно к оливковому маслу, произведенному в особом районе Италии (охраняется в Италии Законом № 169 от 5 февраля 1992 г.) или “Roquefort” в отношении сыра, произведенного во Франции (охраняется в Европейском союзе в соответствии с Правилom (ЕС) № 2081/92 и в Соединенных Штатах в соответствии с сертификационным регистрационным знаком № 571/798).

Могут ли географические указания использоваться только в отношении сельскохозяйственных продуктов?

Использование географических указаний не ограничено сельскохозяйственными продуктами. Они могут также подчеркивать особые свойства продукта, которые являются результатом человеческих факторов, присущих месту происхождения этих продуктов, в частности таких, как особые навыки и традиции изготовления. Таким местом происхождения может быть поселок или город, регион или страна. Примером последней может служить указание “Switzerland” (“Швейцария”) или “Swiss” (“швейцарский”), которое во многих странах воспринимается как географическое указание товаров, изготовленных в Швейцарии, и в частности, в отношении часов.

Что такое наименование места происхождения?

Наименование места происхождения товаров – это особый вид географического указания, используемого для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями, в которых производятся такие товары. Концепция географического указания включает в себя наименования мест происхождения.

Каково назначение географического указания?

Географическое указание указывает на особое место или регион производства, которые определяют особые свойства товара, происходящего из этого места или региона. Очень важно, чтобы особые свойства и репутация данного товара определялись этим местом. Поскольку особые свойства зависят от географического места, где производится товар, существует особая “связь” между товарами и местом, где они были первоначально произведены.

Почему географические указания нуждаются в охране?

Географические указания рассматриваются потребителями как показатель происхождения и качества товаров. Многие из них приобрели ценную репутацию, которая при отсутствии надлежащей охраны может быть искажена нечестными коммерческими дельцами. Ложное использование географических указаний лицами, не имеющими разрешения на такое использование, наносит ущерб потребителю и законным производителям. Потребители являются обманутыми и введенными в заблуждение в том смысле, что они покупают

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

якобы настоящий продукт, обладающий особыми качествами и свойствами, в то время как фактически они приобретают не представляющую никакой ценности имитацию.

Законным производителям наносится ущерб, поскольку у них отнимают ценный бизнес и вредят установившейся репутации их продукции.

Какова разница между географическим указанием и товарным знаком?

Товарный знак – это обозначение, используемое предприятиями для того, чтобы отличить их товары и услуги от товаров и услуг других предприятий. Товарный знак предоставляет владельцу право запрещать его использование другими лицами. Географическое указание информирует потребителей, что товар произведен в определенном месте и имеет особые свойства, которые определяются местом его изготовления. Оно может использоваться всеми производителями, которые в обозначенном географическом указанием месте производят товары, обладающие характерными свойствами.

Как охраняется географическое указание?

Географические указания охраняются в соответствии с национальным законодательством и согласно широкому спектру концепций, в частности, таких как законодательство по борьбе с недобросовестной конкуренцией, законодательство по охране интересов потребителей, законодательство по охране сертификационных знаков или специальные законы по охране географических указаний или наименований места происхождения. По существу, лица, не имеющие надлежащего разрешения, не могут использовать географические указания, если такое использование может ввести публику в заблуждение в отношении действительного происхождения товаров. Применимые санкции варьируются от судебных запретов, предотвращающих несанкционированное использование, до возмещения убытков и штрафов или, в случае серьезных нарушений, тюремного заключения.

Как географические указания охраняются на международном уровне?

Ряд договоров, административные функции которых выполняет Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС), предусматривают охрану географических указаний, главным образом это Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г. и Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации. Кроме того, Статьи 22 – 24 Соглашения о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) регулируют международную охрану географических указаний в рамках Всемирной торговой организации (ВТО).

Что такое “родовое” географическое указание?

Если название местности используется в качестве обозначения определенного вида товара вместо наименования места происхождения этого товара, то такой термин больше не применяется в качестве географического указания. Например, “Dijon Mustard”

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

(“Дижонская горчица”) - вид горчицы, происходящей из французского города Дижон, с течением времени стала обозначать определенный вид горчицы, независимо от места его производства, в то время как раньше “Дижонская горчица” изготовлялась только в Дижоне.

Какова роль ВОИС в охране географических указаний?

ВОИС осуществляет администрацию ряда международных соглашений, которые частично или полностью регулируют охрану географических указаний (в особенности Парижская конвенция по охране промышленной собственности и Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации). Кроме того, в рамках Постоянного комитета по законодательству о товарных знаках, промышленных образцах и географических указаниях, в работе которого участвуют государства-члены ВОИС и другие заинтересованные организации, ВОИС исследует новые пути совершенствования международной охраны географических указаний.

Сертификационные знаки

Ряд стран также предусматривает меры по охране **сертификационных знаков**. Сертификационные знаки обычно выдаются для удостоверения соответствия с определенными стандартами, но они не ограничены каким-либо членством. Они могут быть использованы любым лицом, которое может удостоверить факт, что данные продукты удовлетворяют определенным установленным стандартам. К числу хорошо известных сертификационных знаков относится знак WOOLMARK, который удостоверяет, что изделия, в отношении которых он используется, изготовлены из 100% шерсти.

Во многих странах основное различие между коллективными и сертификационными знаками заключается в том, что первые могут использоваться только определенной группой предприятий, например, членами ассоциации, в то время как сертификационные знаки могут использоваться любым лицом, которое обеспечивает выполнение стандартов, определенных владельцем сертификационного знака. Важным требованием в отношении сертификационного знака является то, что субъект, который подает заявку о регистрации, считается «компетентным для сертификации» соответствующих продуктов.

Сертификационные знаки могут использоваться вместе с индивидуальным товарным знаком изготовителя конкретного товара. Используемый в качестве сертификационного знака ярлык будет свидетельством того, что продукты компании удовлетворяют конкретным стандартам, предусмотренным для целей использования сертификационного знака.

Охрана инноваций с помощью полезных моделей

ЧТО ТАКОЕ ПОЛЕЗНАЯ МОДЕЛЬ?

Полезная модель – это предоставленное на изобретение исключительное право, которое позволяет праводержателю помешать другим использовать в коммерческих целях охраняемое изобретение без его разрешения в течение ограниченного периода времени. В своем основополагающем определении, которое может меняться в зависимости от страны (где такая охрана имеется), полезная модель схожа с патентом. В действительности полезные модели часто называют «малыми патентами» или «инновационными патентами».

Основные различия между полезными моделями и патентами состоят в следующем:

- Требования для приобретения полезной модели являются менее жесткими, чем для патентов. В то время как требование о «новизне» всегда должно соблюдаться, требование об «изобретательском уровне» или о «неочевидности» может быть менее строгим или отсутствовать совсем. На практике охрана полезных моделей часто запрашивается для инноваций весьма инкрементального характера, которые не отвечают критериям патентоспособности.
- Срок охраны полезных моделей короче, чем срок охраны патентов, и является различным в разных странах (обычно от 7 до 10 лет без возможности продления или возобновления).
- В большинстве стран, где имеется охрана полезных моделей, патентные ведомства не рассматривают заявки по существу до регистрации. Это означает, что процесс регистрации является зачастую более простым и быстрым, занимая в среднем 6 месяцев.
- Полезные модели значительно дешевле получить и сохранить (см. [«Как может ваше МСП получить и сохранить охрану интеллектуальной собственности?»](#)).
- В некоторых странах охрану полезной модели можно получить лишь в отношении некоторых сфер технологии и только в отношении продукции, а не процессов.

Считается, что полезные модели подходят особенно для тех МСП, которые вносят «незначительные» улучшения и изменения в существующую продукцию. Полезные модели главным образом используются для механических инноваций.

«Инновационный патент», недавно введенный в Австралии, появился в результате всесторонних исследований потребностей малых и средних предприятий с целью предоставления «недорогостоящего доступа к системе интеллектуальной собственности».

См. ссылку на пресс-релиз в [австралийском ведомстве ИС](#).

Лишь небольшое, но весьма существенное [число стран](#), предоставляют возможность охраны полезной модели.

Управление активами интеллектуальной собственности вашего МСП

Управление активами ИС предприятия – это нечто большее, чем просто приобретение формальных прав ИС через национальное ведомство ИС. Права на патент или товарный знак не стоят многого, если они адекватно не эксплуатируются. Кроме того, часть ценной ИС компании может не нуждаться в официальной регистрации, но может требовать других мер охраны (например соглашений о конфиденциальности). Предприятия, желающие извлечь всю выгоду от своих ноу-хау и предприимчивости должны предпринять надлежащие шаги для разработки стратегии ИС в сфере своего бизнеса и стремиться включить ее в свою общую деловую стратегию. Это в свою очередь означает учет аспектов ИС при составлении бизнес-плана и стратегии маркетинга. Базовая стратегия в сфере ИС будет включать, по меньшей мере, следующее:

ПОЛИТИКА ПРИОБРЕТЕНИЯ ИС

Один и тот же продукт или услуга могут охраняться различными формами прав ИС, охватывающими различные аспекты этого продукта или услуги. МСП должны рассмотреть вопрос о лучшем пакете охранных мер и убедиться в скорейшем приобретении всех формальных прав (см. [“Как может ваше МСП получить и сохранить охрану интеллектуальной собственности?”](#)). МСП должны также учитывать, что создание всестороннего портфеля ИС может оказаться важным капиталовложением. Это имеет особое значение для патентов. Поэтому МСП должны внимательно оценивать затраты и выгоды от патентирования в каждом отдельном случае и разработать стратегию/политику по приобретению патентов, которая подходит для них с учетом их бюджета и рыночных возможностей (обзор стратегии в области патентов см. [WIPO/IPR/MCT/99/5.A](#) в формате [Adobe PDF](#)).

ПОЛИТИКА ЭКСПЛУАТАЦИИ ИС

Активы ИС могут эксплуатироваться различным образом. Это может быть коммерциализация продуктов и услуг, охраняемых правами ИС; заключение соглашений о лицензиях и франшизах; продажа активов ИС другим фирмам; создание совместных предприятий; использование ИС для получения доступа к технологии других компаний через посредство соглашений о перекрестном лицензировании; или использование ИС для обеспечения финансирования бизнеса. Предприятия должны решать в каждом отдельном случае как наилучшим образом эксплуатировать свои активы ИС как внутри страны, так и на международном уровне.

ПОЛИТИКА МОНИТОРИНГА ИС

Регулярное обращение к базам данных по патентам и товарным знакам является важным для выявления последних технических достижений и новой технологии, идентификации новых партнеров по лицензиям или поставщиков, новых рыночных возможностей,

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

контроля деятельности конкурентов, выявления возможных нарушителей прав и предотвращения нарушения прав конкурентов см. также [“Использование патентной информации на благо вашего МСП”](#) и [“Проведение поиска по фондам товарных знаков”](#).

ПОЛИТИКА ЗАЩИТЫ ИС

Четкая политика по защите ИС является исключительно важной по причине тех потерь, которые вы можете понести из-за наличия контрафактных товаров на рынке и больших затрат на урегулирование некоторых споров в сфере ИС. См. [“Что должно делать ваше МСП для урегулирования споров, связанных с интеллектуальной собственностью?”](#)

Описание того, как различные компании с разным уровнем технических возможностей могут разрабатывать стратегию ИС, отвечающую их собственным потребностям, содержится в документе ВОИС “Управление правами интеллектуальной собственности малых и средних предприятий” (см. [WIPO/ACAD/E/93/12](#), имеющийся в формате [Adobe PDF](#)).

НЕКОТОРЫЕ ВАЖНЫЕ ШАГИ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМО ПРОДУМАТЬ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ В ОБЛАСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

- Проверьте базы данных по товарным знакам, чтобы избежать использования существующего товарного знака и обеспечить охрану товарных знаков до выпуска нового продукта или услуги с новой фабричной маркой. При этом важно подумать об экспортных рынках и избежать использования фабричных марок, которые могут иметь нежелательное значение на каком-либо иностранном языке.
- Выявить патентоспособный объект и убедиться в том, что он запатентован достаточно оперативно, с тем чтобы избежать утраты изобретения в пользу конкурентов.
- Убедиться, что патентоспособные изобретения не принадлежат также другим лицам и не опубликованы до подачи патентной заявки. Чтобы отвечать критерию патентоспособности, изобретения должны считаться “новыми”. Раннее раскрытие изобретения (например через публикацию) существенно снизит шанс того, что изобретение будет считаться новым и поэтому патентоспособным.
- Убедитесь в том, что промышленные секреты охраняются на предприятии, и подготовьте, если это необходимо, соглашение о конфиденциальности (см. http://www.ipr-helpdesk.org/t_en/t_001_en.asp) при ведении переговоров и обмене информацией с бизнес партнерами, с тем чтобы обеспечить охрану промышленных секретов.
- В случае фирм, ориентированных на экспорт, необходимо убедиться в том, что ИС охраняется на всех потенциальных экспортных рынках. В случае патентов важно учитывать тот факт, что предприятие, как правило, имеет 12 месяцев с даты подачи национальной заявки для подачи такой же патентной заявки в других странах.
- Используйте ваш портфель ИС в качестве рычага при поиске [источников финансирования вашего бизнеса](#) (например включите активы ИС, особенно патенты, полезные модели и промышленные образцы в ваш бизнес-план, поскольку

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

он может помочь вам убедить инвесторов в рыночных возможностях вашего предприятия).

- Используйте [патентную информацию](#), имеющуюся в базах данных по патентам, для разработки вашей стратегии в сфере бизнеса.
- При проведении совместных исследований с другими предприятиями или исследовательскими институтами убедитесь в том, что вам достаточно ясно, кому будет принадлежать потенциальная ИС, созданная в результате исследовательского проекта.
- Проконтролируйте рынок и убедитесь в том, что ваши активы ИС не нарушаются. Если вы обнаружили нарушение ваших прав ИС, можно посоветовать вам установить контакт с юристом (см. также [«Что должно делать ваше МСП для урегулирования споров, связанных с интеллектуальной собственностью»](#)).
- Если вы не уверены относительно того, как наилучшим образом охранять нематериальные активы вашей компании, проведение инвентаризации ИС может быть первым хорошим шагом для выявления всей ценной информации вашей компании и разработки стратегии в сфере ИС. Иногда компании просто не имеют представления о ценности активов, которыми они обладают в виде информации, творческих идей и ноу-хау и поэтому, возможно, не принимают надлежащих шагов для их защиты.

Этот список ни в коем случае не является исчерпывающим. Имеются некоторые базовые стратегии, которые были с успехом внедрены предприятиями, в полной мере включившими права ИС в свою стратегию в сфере бизнеса.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИС ПРИ РАЗРАБОТКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Чем вам может быть полезен бизнес-план?

Бизнес-план - это механизм, обеспечивающий рентабельное использование деловых ресурсов или активов на протяжении всего периода деятельности по разработке и сохранению конкурентоспособности на рынке. Для нового предприятия - это схема для достижения успеха, а для действующего предприятия - обзор состояния дел на настоящий момент, каким образом предприятие оценивает себя и какими путями оно достигает свои цели, чтобы стать и оставаться успешным.

Составление хорошего бизнес-плана требует значительной работы. Тогда возникает вопрос, что оправдывает время и энергию, которые вы затрачиваете на создание такого плана? Бизнес-план может быть использован в разнообразных целях:

- **для изучения целесообразности вашей деловой идеи:** Изложенный на бумаге бизнес-план заставляет компанию продумать все ключевые вопросы, в частности потенциальную потребность в ее продуктах или услугах, характер конкуренции, барьеры на пути к проникновению на рынок, единое предложение о продаже новых или улучшенных продуктов или услуг, необходимые ресурсы, критическое число

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

рабочей силы, соответствующие технологии и стратегические партнеры, получение фондов, прогнозируемые начальные издержки, стратегия маркетинга и пр.

- **для доступа к начальным услугам и финансированию:** Деловые инкубаторы и потенциальные инвесторы и кредиторы требуют наличия хорошо сформулированного и реалистичного бизнес-плана. Как правило это не так, поэтому неудивительно, что около 80% бизнес-планов, полученных инвесторами и бизнес инкубаторами, отвергаются.
- для обеспечения **стратегического руководства:** Бизнес-план является отправной точкой, предоставляющей вам и вашей руководящей команде объективную основу для определения способности предприятия реализовать свои цели в течение намеченного времени и при использовании имеющихся в наличии ресурсов.
- для установления **стандарта/статистической базы**, на которые должны ориентироваться дальнейшие деловые решения и результаты. в процессе развития предприятия этот стандарт/статистическая база могут изменяться и в качестве такового, бизнес-план является динамичным документом, который должен пересматриваться на основе новых и развивающихся обстоятельств.

Почему необходимо интегрировать в ваш бизнес-план интеллектуальную собственность?

Новые или оригинальные знания и творческое выражение идей является движущей силой успешного предприятия в 21-м веке. Поэтому гарантия таких знаний и творческого выражения от нежелательного раскрытия или неправомерного использования конкурентами становится все более важной для развития и сохранения преимуществ конкуренции. Создание предприятия также требует различных видов других ресурсов, включая целые сети взаимосвязей и источников финансирования. Система охраны интеллектуальной собственности (ИС) предоставляет ключевой инструмент для (1) сдерживания недобросовестных конкурентов, (2) развития взаимосвязи с сотрудниками, консультантами, поставщиками, субподрядчиками, деловыми партнерами и покупателями и (3) получения фондов.

В целях принятия деловым инкубатором или привлечения инвестиций необходимо подготовить качественный бизнес-план, который объективно рассматривает перспективы предлагаемого предприятия. Для того, чтобы убедить инвесторов вам будет необходимо показать, что (1) ваш продукт пользуется спросом на рынке, (2) ваш продукт по своим качествам превосходит конкурирующие продукты, при наличии таковых, и (3) вы предприняли достаточные шаги в целях предотвращения «безбилетного» использования вашего успеха недобросовестными конкурентами.

Большинство предпринимателей выдвигает аргумент, что их продукция является новаторской, уникальной или превосходит по своим качествам продукцию конкурентов. Но так ли это в действительности? Если вы полагаете, что это так, вы должны будете доказать это и самым лучшим доказательством новизны продукции может быть патент (или результаты проведенного надежного патентного поиска).

Фирменные наименования, товарные знаки и названия доменов могут являться первостепенными элементами, отличающими вашу продукцию от продукции

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

конкурентов. Поэтому предлагаемые вами фирменное наименование, товарный знак (знаки) и предлагаемое название (названия) доменов должны тщательно отбираться и в вашем бизнес-плане должны быть отражены шаги, предпринятые в направлении регистрации таких объектов.

Кроме того, на начальном этапе провайдеры услуг и инвесторы захотят убедиться, что предлагаемый вами к продаже продукт не использует без разрешения коммерческую тайну других компаний, материалы, охраняемые авторским правом, патентами или другими правами ИС, поскольку это может привести к краху вашего предприятия в ходе дорогостоящего судебного разбирательства. В некоторых секторах высоких технологий риск нарушения прав ИС, принадлежащих третьим сторонам, очень высок и на начальном этапе провайдеры услуг и инвесторы с неохотой берут на себя такой риск, если вы не докажете (путем проведения поиска в области патентов или товарных знаков), что такого риска не существует.

Для многих отраслей деловой практики конфиденциальность деловой информации (такой, как подробности процесса производства, секретные изобретения, а также техническое, финансовое и связанное с маркетингом «ноу-хау») сама по себе может быть источником конкурентных преимуществ. В таких обстоятельствах важно уведомить на начальном этапе провайдеров услуг и инвесторов, что ваше предприятие обладает правами собственности и важной деловой информацией, известной под названием «коммерческая тайна», и что вы предприняли необходимые шаги для ее охраны от своих работников и конкурентов. Фактически, даже ваш бизнес-план по существу является секретным документом, который не должен раскрываться, за исключением случаев необходимости и даже здесь, как правило, после того, как сотрудник, инвестор или другое заинтересованное лицо сначала подпишет соглашение о нераскрытии или конфиденциальности информации.

Короче говоря, если ИС является важным активом вашего предприятия (т.е. если вам принадлежат патенты или патентуемые технологии, промышленные образцы, коммерческие секреты, зарекомендовавшие себя товарные знаки или экономические права на произведения, охраняемые авторским правом), то это должно стать ключевой частью вашего бизнес-плана. Адекватная ссылка на активы компании и ее рыночный потенциал должна быть сделана не только путем перечисления материальных активов (т.е. фабрик, оборудования, капиталов и пр.), но также и нематериальных активов, поскольку они приобретают все более важное значение для успеха компании в исключительно конкурентной среде. **Как таковое любое указание, которое подтверждает факт надлежащего управления активами ИС, скорее всего будет играть важную роль на начальном этапе в успешном убеждении провайдеров услуг и инвесторов в потенциальных возможностях вашей компании.**

Каким образом ИС могут быть интегрированы в процесс составления бизнес-планов?

Написание плана требует хорошей подготовки. Перед составлением проекта вашего бизнес-плана вам необходимо продумать ряд вопросов. Вам необходимо осознать характер вашего предприятия; какие ресурсы потребуются для достижения ваших

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

деловых целей; какими будут ваши целевые рынки; какова жизнеспособность и потенциал роста предприятия и пр. Вам также придется идентифицировать коммерческую актуальность активов ИС, либо принадлежащих вам, либо к которым вы имеете законный доступ, а также ресурсов, необходимых для получения и сохранения этих активов. Приводимый ниже обзор перечисляет некоторые ключевые моменты в связи с ИС, которые вам необходимо рассмотреть при подготовке вашего бизнес-плана. Важность различных вопросов будет зависеть от особенностей вашей ситуации и характера предприятия. Кроме того, этот перечень не является исчерпывающим и в зависимости от ваших обстоятельств могут быть рассмотрены многие дополнительные вопросы. Однако, ответы на эти вопросы могут помочь вам интегрировать активы ИС в процесс составления вашего бизнес-плана.

1. Какие активы ИС принадлежат вам?

- Идентифицируйте и классифицируйте ваш портфель в области ИС. Это неизменно включает конфиденциальную информацию/коммерческую тайну, фирменное наименование (наименования) и товарный знак (знаки), также зачастую названия доменов, промышленные образцы и авторское право и смежные права, и иногда полезные модели и патенты на изобретения.
- Какие другие нематериальные активы принадлежат вам? В этом контексте также рассмотрите соглашения о франшизе, лицензировании и распространении, права на публикацию, договоры, информационные базы данных, программное обеспечение компьютерных систем, профиль маркетинга, профессиональный опыт управления, сеть распределения, технические навыки и пр.

2. Каков статус вашего портфеля ИС?

- Имеется ли у вас система идентификации ваших активов ИС? Есть ли у вас портфель ИС? Когда он был создан? Кто является его создателем?
- Какие из имеющихся у вас активов ИС могут быть зарегистрированы? При наличии таковых, зарегистрированы ли они уже или их еще предстоит зарегистрировать? Зарегистрированы ли они также в иностранных государствах/на экспортных рынках? Следует ли продлить регистрацию? Если да, то когда?
- Проводите ли вы или планируете ли вы проведение ревизий активов ИС? Если да, какова их периодичность и кто их проводит?

3. Каким образом вы планируете охранять ваши активы ИС?

- Если вы коммерчески используете ваши активы ИС (будь то корпоративная коммерциализация или при участии партнера), существует ли у вас соглашение на владение или совместное владение вашими активами ИС?
- Если вы порекомендуете кому-либо часть вашей деловой активности, имеются ли у вас надлежащие контракты, обеспечивающие ваши права ИС на порекомендованную работу и запрещают ли они другим лицам использовать преимущества или коммерциализировать вашу продукцию без вашего предварительного разрешения?
- Насколько легко или трудно другим лицам надлежащим образом приобрести или скопировать вашу секретную деловую информацию? Какие меры приняты для сохранения секретности вашей конфиденциальной деловой информации? Действует ли у вас единая политика безопасности и соответствующий план

применительно к вашим физическим и электронным активам? Если вы коммерчески используете ваши активы ИС (будь то корпоративно или с партнером), есть ли у вас соглашения, поддерживающие конфиденциальность вашей секретной деловой информации? Включили ли вы положения о конфиденциальности или нераскрытии информации, или оговорку о неправомерности в соглашение о найме с вашими ключевыми сотрудниками и деловыми партнерами?

- Обеспечили ли вы положение, при котором конфиденциальная деловая информация/коммерческие тайны не помещаются или не утрачиваются в силу помещения на вашем веб-сайте? Свободны ли все ваши заголовки адресатов ресурсов (URL) от конфиденциальной информации? Предоставляют ли ваши веб-страницы связи со страницами, которые содержат конфиденциальную информацию?

4. Насколько важны активы ИС для успеха вашего предприятия?

- В какой степени в настоящее время используются ваши активы ИС, являются ли они потенциально полезными или больше не приносят пользы вашему предприятию?
- Зависит ли коммерческий успех вашего предприятия от активов ИС, будь то ваши собственные или лицензированные активы? От каких видов активов ИС это зависит?
- Обладаете ли вы новыми продуктами или способами, которые обеспечат уникальные конкурентные преимущества? Если да, смогут ли они революционизировать данную отрасль? Можно ли обеспечить защиту ассоциируемых прав ИС, предоставляя дополнительную дифференциацию и препятствуя выходу конкурентов на рынок?
- Какие конкурентные преимущества обеспечивают вашему предприятию ваши активы ИС (будь то собственные или лицензированные активы)? Проведите оценку и объясните каким образом ИС обеспечивает или дополняет ценность вашим покупателям и содействует развитию устойчивого уровня конкурентоспособности?
- Являются ли ваши коммерческие тайны, патенты, товарные знаки, произведения, охраняемые авторским правом, и промышленные образцы достаточными для охраны указанных аспектов, определяющих успех вашего предприятия?

5. Владете ли вы сами всеми необходимыми активами ИС или же вы должны также полагаться на активы ИС, принадлежащие другим лицам?

- Принадлежат ли вам используемые вами активы? Можете ли вы доказать это? Располагаете ли вы записями, регистрациями, контрактами или другими доказательствами, которые могут потребовать инвесторы, деловые партнеры или суд? Удалось ли вам идентифицировать любой потенциальный иск третьих сторон в отношении принадлежащей вам ИС (например, промышленных спонсоров или клиентов по контракту на исследования)?
- Уверены ли в том, что не нарушаете права ИС, принадлежащие другим лицам? Можете ли вы доказать это (т.е. проводили ли вы поиск в области патентов, товарных знаков и/или промышленных образцов)? Проверили ли вы тот факт, что

любой из ваших ключевых сотрудников, который ранее работал на конкурента, связан положениями о неразглашении или непредоставлении конфиденциальной информации, заключенным с предшествующим работодателем (работодателями). Необходим ли вам доступ к ИС, принадлежащей третьим сторонам, в целях исследования вашей деловой идеи? Предоставлялась ли вам необходимая лицензия (лицензии) для использования ИС, которая не принадлежит вам?

- Подписали ли вы соглашение о конфиденциальности или нераскрытии информации с вашим ключевым персоналом, контракторами, консультантами или другими внешними поставщиками, которые используют в вашем предприятии любой вид ИС, который они разработали в процессе работы на вас?
- При использовании услуг внешних контракторов для целей разработки и составления ваших материалов по маркетингу и продвижению на рынке ваших товаров и услуг или страниц вашего веб-сайта, указывают ли контракторы, кто является владельцем ИС, которая будет создана? Если сотрудники делают это, входит ли эта работа в объем их индивидуального соглашения о найме? Если нет, тогда зафиксировали ли вы в письменном виде передачу авторского права или других соответствующих прав ИС? Имеете ли вы надлежащее разрешение на использование письменных материалов, графики, фотографии, музыки или других объектов, созданных третьими сторонами, на использование в вашем веб-сайте или каким-либо другим образом?
- Содержит ли ваш веб-сайт метатеги, гиперсвязи, фреймы или другие глубокие связи с другими веб-сайтами? Имеется ли на это соответствующее разрешение заинтересованных третьих сторон?

6. Располагаете ли вы достаточными знаниями о стратегии ваших конкурентов в области ИС и об их портфелях ИС?

- Имеется ли у вас план сбора конкурентной информации? Собираете ли вы или планируете использовать информацию/ базы данных ИС для получения конкурентной информации о ваших конкурентах? Путем проведения поиска по реестрам патентов, товарных знаков и промышленных образцов вы можете получить подробную правовую, техническую и деловую информацию о деятельности конкурентов и их продуктах. Вы можете использовать эту информацию для оценки потенциальных возможностей ваших продуктов на рынке. Кроме того, проведение поиска по объектам ИС позволяет вам установить, можете ли вы охранять принадлежащую вам ИС, нарушаете ли вы права ИС третьих сторон и нарушают ли другие лица ваши права или существует ли вероятность нарушения принадлежащих вам прав ИС.
- Существуют ли какие-либо барьеры в контексте ИС для поступления ваших продуктов на конкурентный рынок, т.е. патенты, товарные знаки или промышленные образцы, которые подрывают лояльность покупателей к корпоративному имиджу конкурента, его маркировке и пр.?

7. Разработана ли у вас политика и стратегия в области ИС для целей вашего предприятия?

- Каким образом в настоящее время вы осуществляете идентификацию, охрану, использование и управление вашими активами ИС?

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

- Какие планы вы разработали в целях извлечения максимальной выгоды из коммерческого использования ваших активов ИС?
- Если у вас особая стратегия в области маркетинга? Планируете ли вы экспорт вашей продукции? Если да, использовали вы или планируете ли использовать региональные или международные системы подачи или регистрации (в частности Договор о патентной кооперации, Мадридскую систему или Гаагское соглашение) для целей патентных заявок и регистрации товарных знаков или промышленных образцов?
- Оценили ли вы потенциал коммерческого использования некоторых или всех ваших активов ИС частично или целиком за счет лицензирования, франшизы и/или их продажи?
- Проводите ли вы периодическую и независимую ревизию ваших активов ИС? Была ли произведена оценка принадлежащих вам активов ИС? Осуществлялось ли это независимыми экспертами?
- Насколько глубоко вы изучили вопросы в связи с налогообложением и инициативами в связи с коммерциализацией ваших активов ИС? Могут существовать связанные с налогообложением реквизиты (в частности такие, как регистрация) применительно к коммерческому использованию ваших активов ИС. Налогообложение доходов и расходов в результате коммерческого использования ваших активов ИС может значительно отличаться от бухгалтерских выкладок. Могут существовать меры оказания правительственной финансовой помощи в связи с активами ИС и их коммерциализацией.
- Планируете ли вы использование ваших активов ИС в качестве ценных бумаг или под обеспечение залога, либо создание ходовых ценных бумаг на рынке ценных бумаг? Какова возможность секьюритизации будущих доходов в связи с пакетом/портфелем ваших активов ИС?
- Существует ли у вас программа обучения персонала, охватывающая управление и охрану ваших активов ИС?

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ

«Управление правами интеллектуальной собственности малых и средних предприятий» (см. **WIPO/ACAD/E/93/12**, имеющийся в формате [Adobe PDF](#))

«Роль прав интеллектуальной собственности в повышении конкурентоспособности и развитии предприятий» (см. **WIPO/IPR/MCT/99/5.A**, имеющийся в формате [Adobe PDF](#))

«Корпоративная стратегия управления, эксплуатации и защиты прав интеллектуальной собственности» (см. **WIPO/IP/PK/98/7**, имеющийся в формате [Adobe PDF](#))

- Ведомство ИС Австралии <http://www.ipaustralia.gov.au/strategies/index.shtml>
- Центр помощи по правам ИС http://www.ipr-helpdesk.org/t_en/i/patent_strategy/home.asp
- Ведомство ИС Соединенного королевства <http://www.intellectual-property.gov.uk>

Использование патентной информации на благо вашего МСП

ЧТО ТАКОЕ «ПАТЕНТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ»?

«Патентная информация» - это техническая и правовая информация, содержащаяся в патентных документах, которые периодически публикуются патентными ведомствами. Патентный документ включает полное описание действия патентуемого изобретения и формулы изобретения, которые определяют объем охраны, а также более подробную информацию о том, кто запатентовал изобретение, когда оно было запатентовано, и ссылки на соответствующую литературу. Около двух третей технической информации, раскрываемой в патентах, никогда не публикуется в других местах, и весь комплект патентных документов во всем мире включает приблизительно около 40 млн. единиц. Это приводит к тому, что патентная информация является единственной самой всеобъемлющей подборкой систематизированных технических данных.

ПОЧЕМУ ПАТЕНТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПОЛЕЗНА ДЛЯ ВАШЕГО МСП?

Патентная информация полезна для МСП в силу целого ряда причин. Вероятно, самой важной из них является та, что патенты – это уникальный источник технической информации, которую МСП могут считать исключительно ценной для своего стратегического планирования в сфере бизнеса. Большинство изобретений раскрываются публике впервые, когда патент (или, если это предусмотрено законодательством, патентная заявка) публикуется. Таким образом, патенты дают возможность узнать о текущих исследованиях и существующих инновациях задолго до появления новаторской продукции на рынке. Содержащаяся в патентных документах техническая информация может дать вашему МСП важные данные, которые могут быть использованы для того, чтобы:

- Избежать лишних расходов на исследование того, что уже известно
- Выявить и оценить технологию для лицензирования и передачи технологии
- Найти альтернативные технологии
- Идти в ногу с уровнем развития технологий в области ваших знаний
- Найти готовые решения для технических проблем
- Найти идеи для дальнейших инноваций

С точки зрения коммерческой стратегии вашего предприятия патентная информация поможет:

- Найти партнеров по бизнесу
- Найти поставщиков и материалы
- Контролировать деятельность реальных и потенциальных конкурентов
- Изыскать подходящие рынки

И, наконец, содержащаяся в патентных документах информация могла бы также использоваться МСП для того, чтобы:

- Избежать возможных проблем нарушений прав
- Оценить патентоспособность ваших собственных изобретений
- Возражать против выдачи патентов в тех случаях, когда они находятся в коллизии с вашим собственным патентом

ПОЧЕМУ ПАТЕНТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПОЛЕЗНА ДЛЯ ВАШЕГО МСП?

Патентная информация полезна для МСП в силу целого ряда причин. Вероятно, самой важной из них является та, что патенты – это уникальный источник технической информации, которую МСП могут считать исключительно ценной для своего

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

стратегического планирования в сфере бизнеса. Большинство изобретений раскрываются публике впервые, когда патент (или, если это предусмотрено законодательством, патентная заявка) публикуется. Таким образом, патенты дают возможность узнать о текущих исследованиях и существующих инновациях задолго до появления новаторской продукции на рынке. Содержащаяся в патентных документах техническая информация может дать вашему МСП важные данные, которые могут быть использованы для того, чтобы:

- Избежать лишних расходов на исследование того, что уже известно
- Выявить и оценить технологию для лицензирования и передачи технологии
- Найти альтернативные технологии
- Идти в ногу с уровнем развития технологий в области ваших знаний
- Найти готовые решения для технических проблем
- Найти идеи для дальнейших инноваций

С точки зрения коммерческой стратегии вашего предприятия патентная информация поможет:

- Найти партнеров по бизнесу
- Найти поставщиков и материалы
- Контролировать деятельность реальных и потенциальных конкурентов
- Изыскать подходящие рынки

И, наконец, содержащаяся в патентных документах информация могла бы также использоваться МСП для того, чтобы:

- Избежать возможных проблем нарушений прав
- Оценить патентоспособность ваших собственных изобретений
- Возражать против выдачи патентов в тех случаях, когда они находятся в коллизии с вашим собственным патентом

ГДЕ И КАК МОЖЕТ БЫТЬ ПОЛУЧЕНА ПАТЕНТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ?

Появление патентных баз данных, поиск в которых можно производить на основе веб-сайта, существенно облегчило доступ к использованию патентной информации и сократило связанные с этим расходы. В отсутствие баз данных, основанных на использовании веб-сайтов, с патентными базами данных можно ознакомиться вручную, на микрофильмах или компакт-дисках, в национальных патентных ведомствах или через посредство коммерческих организаций. К числу источников патентной информации относятся следующие: Цифровые библиотеки интеллектуальной собственности ВОИС: <http://ipdl/wipo.int/> (Обширная электронная база данных по международным патентным заявкам, которые с 1997 г. подаются по процедуре системы РСТ.) Национальные патентные ведомства: услуги по технической информации на основе патентной информации обычно предоставляются за плату. Патентные агенты/патентные поверенные или коммерческие организации. Индивидуальные поиски вручную в патентных центрах, библиотеках или национальных патентных ведомствах. Индивидуальный электронный поиск через посредство электронных баз данных или компакт-дисков.

Ссылки на некоторые бесплатные патентные базы данных, работающие в режиме [он-лайн](http://ipdl/wipo.int/en/links/)

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ

- «Патентная информация и документация: содержание патентного документа» (см. **WIPO/IP/CM/99/16**, имеющийся в формате [Adobe PDF](#)).
- «Патентные документы как источник технической информации» (см. **WIPO/IP/ET/00/9**, имеющийся в формате [Adobe PDF](#)).
- Услуги по патентной информации Британской библиотеки по науке, технике и бизнесу (STB) <http://www.bl.uk/services/information/patents.html>

Что должно делать ваше МСП для урегулирования споров, связанных с интеллектуальной собственностью?

Чем более ценными являются активы интеллектуальной собственности вашего МСП, тем более вероятно, что другие захотят воспользоваться ими, и, если возможно, не уплатив вам при этом. Разработали ли вы стратегию предотвращения таких действий? Если несмотря на ваши активные усилия, кто-либо имитирует, копирует или нарушает права интеллектуальной собственности вашего МСП без вашего разрешения, то как вам тогда необходимо поступать? Каковы ваши возможные действия? Как вы оцениваете затраты и выгоды различных альтернативных решений? Или вы просто поспешите обратиться в суд?

Вы конечно можете «пренебречь» нарушением прав интеллектуальной собственности вашего МСП, если снижение доходов, продаж или прибыли представляется вам весьма незначительным. Если масштаб нарушений является весьма существенным или может вскоре стать таковым, то тогда вы должны как можно скорее определить виновных и действовать в отношении них незамедлительно, но методично. В иной ситуации, однако, вас самих могут объявить в краже или нарушении прав интеллектуальной собственности какого-либо другого лица, умышленно или не умышленно.

В обоих случаях, прежде чем принять какие-либо официальные меры было бы разумным посоветоваться со специалистом, компетентным в области интеллектуальной собственности, чтобы более точно определить вероятность благоприятного для вашего МСП исхода при как можно меньших затратах. Расходы могут быть рассчитаны с учетом времени, которое может потребоваться для достижения такого решения, пошлин и гонорара, которые вы будете должны заплатить суду и вашему адвокату, и прямых и косвенных затрат на любые возможные альтернативные действия, которые вам придется предпринять в случае отрицательного решения. Вам также надлежит оценить шансы возможного выигрыша в этом деле, сумму компенсации и возмещения ущерба, которые вы разумно ожидаете получить от стороны-нарушителя, а также вероятность и степень выплаты гонорара адвокату в случае окончательного решения в вашу пользу.

Очевидно, что для урегулирования такого рода ситуаций требуется тщательно взвесить все за и против различных альтернативных действий.

АРБИТРАЖ И ПОСРЕДНИЧЕСТВО

Во многих случаях наиболее дорогостоящим путем урегулирования нарушений прав может быть разбирательство в суде, компетентном рассматривать данный вопрос, в частности, когда права ИС вашего МСП были нарушены целым рядом «конкурентов» в пределах одной и той же или различных юрисдикций. В последнем случае вашему МСП придется защищать свои права в различных местах, в различных судах. По этой причине вы, возможно, захотите воспользоваться альтернативным механизмом урегулирования споров, который, как правило, является менее дорогостоящим и менее затратным с точки зрения времени для вашего МСП. Более того, преимущество посредничества состоит в

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

том, что часто оно помогает вам сохранить хорошие деловые отношения с другим предприятием, с которым ваше МСП возможно захочет сотрудничать в будущем.

Судебные тяжбы или альтернативные пути урегулирования споров?

В зависимости от существа вашего дела посредничество (или примирение) и/или арбитраж могут быть хорошей альтернативой судебному разбирательству. Эти альтернативные варианты обычно имеются лишь в тех случаях, когда спор по поводу прав ИС происходит между сторонами какого-либо контракта, например между лицензиаром и лицензиатом, или между партнерами совместного предприятия, которые согласились отдать предпочтение посредничеству и/или арбитражу, а не рассмотрению дела в компетентном суде. Весьма разумно предусмотреть возможность возникновения спора и указать средства его урегулирования в момент составления первоначального контракта. После того как спор возник - значительно труднее, а иногда даже невозможно достичь согласия об урегулировании спора с помощью посредничества или арбитража. Однако ваше МСП возможно пожелает обратиться к Центру ВОИС по арбитражу и посредничеству с просьбой установить контакт с другим предприятием-стороной в этом споре, чтобы помочь сторонам договориться о вынесении спора на рассмотрение Центра в соответствии с Правилами ВОИС по посредничеству, арбитражу и ускоренному арбитражу. Часто посредничество и арбитраж являются хорошей заменой или, по крайней мере в случае посредничества, менее дорогостоящей прелюдией официального разбирательства. В рамках своей деловой стратегии ваше МСП поступило бы правильно, включив соответствующие положения в соглашения с тем, чтобы предусматривался вариант урегулирования споров в сфере ИС прежде всего (и возможно только лишь) с помощью посредничества или арбитража, если необходимо, в надлежащее время.

Центр ВОИС по арбитражу и посредничеству

Среди целого ряда учреждений, к которым ваше МСП может обратиться с просьбой о помощи в урегулировании своего спора без судебного разбирательства, Центр ВОИС по арбитражу и посредничеству является именно тем учреждением, которое оказывает разнообразные услуги в урегулировании коммерческих споров между частными предприятиями, включая МСП. Центр достиг особых успехов в урегулировании споров, касающихся [названий доменов](#).

На веб-сайте [Центра ВОИС по арбитражу и посредничеству подробно](#) описываются преимущества посредничества и/или арбитража и его различных услуг.

ЗАЩИТА ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВАШЕГО МСП

Приобретение и сохранение прав интеллектуальной собственности является бессмысленным, если эти права не могут быть защищены на рынке. Именно угроза защитных действий позволяет эксплуатировать право интеллектуальной собственности как коммерческий актив. Если рассматривать эту проблему в данном контексте, то

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

существование эффективного режима защиты становится важнейшим аспектом хорошо действующей системы ИС.

Зачем защищать права ИС

Основная цель приобретения охраны ИС состоит в том, чтобы позволить вашему МСП воспользоваться результатами тех изобретений и достижений ваших служащих, которые привели к появлению прав ИС у вашего МСП. Его активы ИС могут быть полезными лишь в том случае, если приобретенные права ИС могут быть защищены. В противном случае, лица, нарушающие ваши права или занимающиеся контрафакцией, всегда смогут воспользоваться отсутствием эффективного защитного механизма для того, чтобы извлечь пользу от вашей работы. Короче говоря, защита прав ИС является весьма важной для вашего МСП, с тем чтобы: Сохранить юридическую силу ваших прав ИС в соответствующем государственном органе. Предупредить нарушения на рынке, с тем чтобы избежать ущерба, в том числе ущерба гудвилл или репутации. Получить компенсацию за фактический ущерб, например потери в прибыли, ставшие результатом нарушения ваших прав на рынке.

ЗАЩИТА ПРАВ – ЧЬЯ ЭТО ИНИЦИАТИВА?

Бремя защиты прав ИС главным образом лежит на владельце таких прав. Ваше МСП как владелец прав ИС само должно выявить любое нарушение своих прав ИС или контрафакцию и решить о характере подлежащих принятию мер. В то время как в большинстве случаев вы возбуждаете разбирательство в гражданском суде, в случае подделки или пиратства вы можете рассмотреть вопрос о возбуждении уголовной процедуры, если такой вариант у вас имеется.

Однако создание учреждений, содействующих защите прав интеллектуальной собственности, входит в компетенцию национальных правительств. Судебные органы, и в некоторых случаях такие административные органы как ведомства интеллектуальной собственности или таможенные органы, – это те правительственные учреждения, которые должны рассматривать случаи нарушения прав или случаи подделки. Если принятие мер на границе в целях прекращения импорта товаров с поддельным товарным знаком или пиратских товаров является возможным, таможенные власти должны играть важную роль в защите интеллектуальной собственности вашей страны на своей границе. Согласно положениям применяемого законодательства таможенные власти должны принимать меры по своей собственной инициативе или по просьбе правовладельца или исполнять приказы суда. Кроме того, в некоторых странах имеются промышленные ассоциации, которые оказывают помощь своим членам в защите их прав интеллектуальной собственности (см. <http://www.bsa.org> или <http://www.riaa.com/index.cfm>).

НАЛИЧИЕ ПРОЦЕДУР ЗАЩИТЫ

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТРИПС) обязывает членом [Всемирной торговой организации](#) (промышленно-развитые страны и многие развивающиеся страны) обеспечить предписанные механизмы защиты прав интеллектуальной собственности. Соответствующие положения Соглашения ТРИПС стремятся обеспечить, чтобы гражданские, административные и уголовные процедуры и средства защиты отвечали предписанным минимальным стандартам в отношении доказательств и наличия судебных запретов, возмещения убытков, других средств судебной защиты, права на информацию, возмещения ущерба ответчику и административных процедур.

Для вашего МСП, как владельца права ИС, исключительно важно знать, что судебные власти в большом числе стран наделены полномочиями отдавать приказ о принятии срочных и эффективных мер, нацеленных на прекращение предполагаемого нарушения прав.

Чтобы предотвратить импорт контрафактного товарного знака или пиратских товаров, владелец права во многих странах может добиться через национальные таможенные власти принятия мер на границе (на международной границе). Как владелец права ИС ваше МСП может получить помощь от таможенных властей на границе; поскольку в ином случае вам пришлось бы иметь дело со многими нарушителями после того, как товары были бы пущены в оборот в стране.

Более подробную информацию о Соглашении ТРИПС см.

http://www.wto.or/english/tratop_e/trips_e/intel2_e.htm

КАК ВЫ ЗАЩИЩАЕТЕ ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВАШЕГО МСП?

Всегда полезно и даже необходимо проконсультироваться с экспертом после того как вы обнаружили, что кто-либо нарушил ваши права ИС.

Чтобы избежать замораживания ограниченных финансовых и людских ресурсов вашего МСП в рамках официального разбирательства, сразу же после обнаружения вами нарушения кем-либо прав интеллектуальной собственности вашего МСП вы должны прежде всего направить письмо (обычно известное как письмо «о призыве к прекращению и отказу от действий») предполагаемому нарушителю, информирующее его/ее о возможном существовании конфликта между правами ИС вашего МСП и его/ее деятельностью (с указанием точной сферы конфликта) и предложить обсудить возможное решение этой проблемы.

При составлении вышеуказанного письма рекомендуется воспользоваться помощью адвоката с тем, чтобы избежать возбуждения судебного разбирательства предполагаемым нарушителем, утверждающим, что никакого нарушения прав не произошло и не предвидится. Часто такая процедура является эффективной в случае непреднамеренного нарушения, поскольку нарушитель в большинстве таких случаев либо прекратит свою деятельность, либо согласится провести переговоры о заключении лицензионного соглашения.

Если вы столкнулись с преднамеренным нарушением, включая в частности подделку и пиратство, мы рекомендуем вам прибегнуть к помощи правоохранительных органов с тем,

ОТДЕЛ МСП (ВОИС)

чтобы заставить врасплох нарушителя в его/ее служебных помещениях, предотвратить нарушение и сохранить соответствующие доказательства предполагаемого нарушения прав. Кроме того, компетентные судебные власти могут заставить нарушителя информировать вас о личности третьих лиц, вовлеченных в производство и распространение товаров или услуг, связанных с нарушением прав и об их каналах распространения. В качестве эффективного средства сдерживания против правонарушений судебные власти могут по просьбе вашего МСП вынести постановление об уничтожении неправомерно произведенных товаров или их сбыте за рамками коммерческих каналов без какой-либо компенсации.

Если по той или иной причине ваше МСП намерено избежать судебного разбирательства, вы можете рассмотреть вопрос об использовании имеющихся альтернативных механизмов урегулирования спора, таких как арбитраж или посредничество (см. [Арбитраж и посредничество](#)»).

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ И ДОКУМЕНТЫ

«Роль правительственных органов в защите прав интеллектуальной собственности» (см. **WIPO/IPR/JU/BEY/99/5B**, имеющийся в формате [Adobe PDF](#))
http://www.wto.org/english/docs_e/docs_e.htm

С помощью этой ссылки вы можете получить доступ к следующим документам ВТО («член» означает члена Всемирной торговой организации, т.е. в большинстве случаев название данной страны).

IP/N/6/(член)* (ответы на контрольный список вопросов о защите).

IP/C/5 (члены, информирующие друг друга о том, как они выполняют свои обязательства по защите).

IP/Q4/(член)* (ответы на вопросы о защите прав, поставленные другими государствами-членами).

IP/N/1/(член)/E/* (уведомления государств-членов об их законах о защите)