

Савина Виктория Сергеевна

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Товарный знак, являющийся важнейшим средством индивидуализации товаров, охраняется как объект права интеллектуальной собственности. Одной из задач гражданско-правовой науки в современном информационном обществе является определение условий использования товарного знака в сети Интернет. С учетом широкого распространения электронной коммерции становится все труднее поддерживать существующий режим товарного знака, актуальным также остается вопрос о соотношении доменных имен и товарных знаков.

Ключевые слова: средства индивидуализации, товарный знак, исключительное право, авторское право, доменное имя.

Savina Viktoria Sergeevna

COMMERCIALIZATION INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS IN CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF INFORMATION SOCIETY

Trademark is one of important individualization marks which is protected by rules about intellectual property object. Creating conditions of use trademark in the Internet is one of civil law science objectives in the modern information society. Expanding of electronic commerce related with the problem of correlation domain names and trademarks.

Key words: individualization marks, trademark, exclusive right, copyright, domain name.

В современных условиях развития информационного общества разработка успешного, устойчивого бренда требует создания технологий, которые обеспечивают высокое качество товаров и услуг, а также маркетинговой стратегии, делающей эти товары и услуги привлекательными для потребителей. Сегодня потребителю небезразлично, запатентованы или нет используемые в продуктах технологии, он покупает продукты, ориентируясь на определенные товарные знаки. Некоторые потребители отдают предпочтение форме и дизайну продукции (промышленный образец). Патенты, товарные знаки (или географические указания) и дизайн, используемые в сочетании, могут привести к наилучшим результатам в развитии бренда. Устойчивое развитие бренда также нуждается в поддержке со стороны правительства, так как экспорт и маркетинг все чаще предполагают совместные усилия правительства и производителей, особенно при работе с брендами для потребителей в других странах.

Некоторые исследователи отмечают, что сегодня потребители выбирают чаще тот или продукт, потому что бренд, по-видимому, ассоциируется с определенным образом жизни или набором идей. Суть этой идеи в том, что компании сегодня не столько сбывают товары, сколько образы и ценности, вызывая доверие потребителя. Бренд стал более ценным и более важным для потребителей и правообладателей, нежели сам товар, продвижению которого на рынке он должен содействовать.

Предоставление правовой охраны промышленным образцам также направлено на то, чтобы определенные товары отличались от других. Термин «промышленный образец» обычно относится к художественному оформлению или иным эстетическим аспектам товара, а также к его техническим или функциональным особенностям. Владелец исключительного права – физическое или юридическое лицо – заинтересован в защите от несанкционированного копирования или имитации образца третьими лицами. Это позволяет обеспечить справедливую доходность от инвестиций. Эффективная система охраны также приносит пользу потребителю и обществу в целом, обеспечивая добросовестную конкуренцию и честную торговую практику, поощряя творчество, а также содействуя более эстетически привлекательным продуктам [1]. Охрана промышленных образцов способствует экономическому развитию, активизируя художественное творчество в промышленности и производстве, поддержке традиционных искусств и ремесел, а также расширению коммерческой деятельности и экспорту национальной продукции. Правовая охрана промышленных образцов является относительно

простой и недорогой. Они являются достаточно доступными для субъектов малого и среднего предпринимательства, а также для отдельных художников и ремесленников в промышленно развитых и развивающихся странах. Внешний вид изделия, рассчитанный на первое впечатление потребителя, часто играет решающую роль в принятии окончательного решения о покупке. Промышленный образец, таким образом, вносит важный вклад в общую стратегию бизнеса и успеха. Эффективное использование и защита промышленного образца повышают ценность товара, его конкурентоспособность и позиции бизнеса на рынке.

Создание контрафактных экземпляров – это, прежде всего, имитация того или иного товара. Предложение такой контрафактной продукции имеет смысл только в том случае, если подлинный продукт известен потребителю. Таким образом, контрафактные товары зачастую относятся к категории предметов роскоши и нарушают права на известную торговую марку. Вместе с тем контрафактные товары могут также быть товарами массового потребления или товарами, не защищенными товарными знаками, а охраняемыми в качестве других объектов права интеллектуальной собственности, такими как произведения науки, литературы или искусства либо дизайнерские произведения. Они также могут быть известны небольшой группе специализированных потребителей (лекарства, косметика, сигареты).

Выбор между регистрацией товарного знака и охраной по нормам авторского права не всегда очевиден. Не случайно прослеживается аналогия между проставлением товарного знака на товаре и знака авторско-правовой охраны на произведении. Есть, однако, существенные различия между товарным знаком и объектами авторских прав. Авторское право является формой защиты для авторов оригинальных произведений, в том числе литературных, драматических, музыкальных, художественных и некоторых других творческих работ. Авторские права не распространяются на имена, стереотипные фразы и лозунги (зачастую используемые в рекламе), знакомые символы и конструкции или простые вариации типографских орнаментов, надписей или окраски. Этот вид объектов интеллектуальной собственности часто более адекватно защищен товарным знаком. Товарный знак может включать слово, фразу, символ или дизайн (или их сочетание), которые идентифицируют и отличают товары или услуги одного лица от других. Некоторые вещи, такие как более сложные логотипы, могут квалифицироваться одновременно как товарный знак и объект авторских прав потому, что количество оригинальных авторских логотипов может сильно варьироваться. Наиболее легко узнаваемыми логотипами являются чрезвычайно простые объекты, такие как «галочка» Nike, не дающие оснований претендовать на защиту авторских прав. Там, где творческий характер деятельности автора не вызывает сомнений, объект может одновременно квалифицироваться как товарный знак и объект авторских прав.

Сегодня возникают новые вопросы, вызванные широким внедрением во все сферы жизни общества, в том числе предпринимательскую сферу, сети Интернет. Так, имена доменов в сети Интернет все чаще используются в качестве бизнес-идентификаторов для электронной коммерции. Многие из них включают в себя торговые марки или имена компаний, которые были зарегистрированы в качестве товарных знаков. В случаях, когда предполагается использование товарного знака в сети Интернет, имеет смысл зарегистрировать его в качестве доменного имени в сети Интернет. Поэтому при выборе товарного знака нужно убедиться в том, что соответствующее доменное имя (например, адрес в Интернете) доступно для регистрации. Преимущества использования товарного знака в сети Интернет состоят в том, что можно привлечь потенциальных клиентов во всех странах мира. Однако получение всемирной охраны товарного знака стоит очень дорого, и стоимость защиты должна соответствовать потенциальной прибыли. Очень важно получить защиту в странах, где у компании есть значительные продажи. После регистрации также есть возможность получения дополнительного дохода от продажи лицензий на товарный знак другим лицам.

Преимущества и недостатки параллельного импорта можно рассматривать с точки зрения страны-импортера, потребителей, правообладателя товарного знака, параллельных импортеров и промоутеров международной свободной торговли. Параллельный импорт снижает способность владельца товарного знака использовать свое монопольное положение путем установки более высоких цен на некоторых рынках, а также путем усиления конкуренции в распределении товаров, что в конечном итоге ведет к более низким ценам для потребителей. Точнее, можно утверждать, что основной функцией товарного знака является защита потребителей, для чего ограничивается создание элементов

монополии на рынке. В силу развития таких новых тенденций, как покупка через Интернет, становится все труднее поддерживать существующий режим [2]. Если продукты были законно приобретены по какой-либо гражданско-правовой сделке, владелец торговой марки исчерпал исключительное право. Несмотря на то что товары, импортируемые через параллельный импорт, являются подлинными продуктами, качественными и безопасными, введение технических стандартов и стандартов безопасности в любом случае ограничивает параллельный импорт во многих сферах экономики, приводя к падению цен и увеличению объема продаж, который затем влечет увеличение занятости населения.

Вместе с тем можно отметить следующие минусы параллельного импорта: потеря доходов или низкие доходы для владельцев товарных знаков, снижение продаж на внутреннем рынке, возможное снижение качества и послепродажного обслуживания, трудности в обеспечении единых технических стандартов безопасности, негативное влияние на будущее экономическое развитие стран с развитой экономикой, снижение уровня возможностей обнаружения и предотвращения распространения контрафактных товаров.

Литература

1. Соглашение Всемирной торговой организации (ВТО) по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности. URL: wto.ru/content/documents/docs/Trips.doc
2. Проект федерального закона «О внесении изменений в части первую, вторую, третью и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации, а также в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Российская газета. 07.02.2012.

УДК 347.724

Сапко Снежана Ивановна

ЭВОЛЮЦИЯ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ОБ ОБЩЕСТВАХ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ В СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРИОД РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Переход к рыночной экономике и реформирование правовой системы в России кардинально изменили отношения в области регулирования деятельности коммерческих организаций. Вместе с тем практика рассмотрения дел, связанных с деятельностью юридических лиц, свидетельствует о необходимости совершенствования гражданско-правовых норм об их правовом статусе. Особенно актуально совершенствование законодательства об обществах с ограниченной ответственностью, являющихся наиболее распространенной организационно-правовой формой коммерческих организаций.

Ключевые слова: гражданское право, юридическое лицо, коммерческая организация, общество с ограниченной ответственностью.

Sapko Snezhana Ivanovna

EVOLUTION OF RUSSIAN LEGISLATION ABOUT LIMITED COMPANIES IN THE MODERN PERIOD OF DEVELOPMENT SOCIETY

The transition to a market economy and the reform of the legal system in Russia has fundamentally changed the relationship in the regulation of commercial organizations. However, the case law relating to the activities of legal entities, indicating the need to improve civil law of their legal status. This is especially significant improvement of the legislation on limited companies, which are the most common legal form of business organizations.

Key words: civil law, corporations, business organization, limited company.

В настоящее время демократические преобразования в современной России привели к необходимости постоянного совершенствования правовых норм, регулирующих деятельность субъектов частного права. Последние десятилетия развитие России характеризуется бурным экономическим ростом, в определенной степени этому способствуют существующие юридические лица, многообразие форм которых стало правовой реальностью после вступления в силу ст. 34 Конституции РФ. Происходящие в нашей стране социально-экономические и политические процессы определяют ме-