

використанню основних засобів, а з другого боку, вдосконаленню програм обслуговування рекреантів і раціональнішому використанню рекреаційних ресурсів. Одночасно, рентні платежі стримуватимуть капітальні інвестиції в природоохоронні території з високим рівнем розвиненості рекреаційної інфраструктури, а це, в свою чергу, сприятиме залученню капіталу в менш привабливі для рекреантів природоохоронні території. Залучення інвестицій викличе розвиток в них рекреаційної інфраструктури і підвищить привабливість їх рекреаційних територій, що сприятиме більш рівномірному розподілу рекреаційних потоків і раціональному використанню природних рекреаційних ресурсів.

У переході від традиційної системи оподаткування з податком на прибуток та ПДВ до рентних платежів, бачиться можливість вирішення сучасних екологічних проблем, пов'язаних із нераціональним, виснажливим використанням природних ресурсів і забрудненням навколишнього середовища, тому що лівова їх частка повинна бути направлена на вирішення саме цих проблем. З іншого боку, рекреація – дуже добрий важіль для одержання валюти. А для цього необхідно забезпечити конкурентноздатність рекреаційної галузі України на світовому ринку. Справа в тому, що неповоротний ПДВ не додає нічого до конкурентноздатності вітчизняної рекреаційної сфери. По-третє, у Фінляндії, Скандинавських та деяких інших країнах Західної Європи рекреаційна діяльність дотується, бо ця діяльність вважається “корисною для здоров'я нації”. У нашому випадку йдеться про полегшення податкового тягаря для галузі, яку ще потрібно створити конкурентноздатною, а для цього потрібно, щоб інвестиції повертались в економічно прийнятний термін, особливо у випадку інноваційних науковесних підприємств. Термін повернення таких інвестицій, навіть при стягненні ренти, сягає за розрахунками від десяти і більше років. Держава ж матиме інші податки, зайнятість та добробут населення, валюту та багато чого іншого. Ось чому з двох розглянутих варіантів стягнення ренти для рекреаційної галузі є більш прогресивною формою оподаткування.

Таким чином, основою удосконалення оподаткування рекреаційного природокористування є теорія рекреаційної ренти, яка потребує подальшого розвитку, теоретичного обґрунтування, апробації та практичного впровадження в Україні.

Література

1. Тарасенюк А.И. Рентный механизм эколого-экономической оптимизации туристского природопользования // Европа – наш общий дом: экологические аспекты: Сб. тематич. докл. междунар. науч. конф. (Минск, 6-10 дек. 1999 г.). – Минск, 2000. – Ч.2. – С.65-74.

УДК 338.48:347.78

А.В. Долгополова

ВОЗМОЖНОСТИ ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ И ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Активизация предпринимательской деятельности в сфере туризма требует от руководителей туристических фирм тщательной подготовки к конкурентной борьбе. Выживание турфирмы в современной меняющейся среде зависит от её инновационного потенциала, способности к нововведениям. Усиление конкуренции способствует развитию не только положительных, но и отрицательных тенденций. На туристическом рынке Украины все чаще встречаются фирмы с одинаковыми названиями, похожими логотипами и однотипными турами. Целесообразно применять к подобному явлению термин мимикрия, что в переводе с греческого означает подражательство. Некоторые туристические фирмы используют данный прием для усиления своих позиций за счет хорошей репутации других.

Выделиться из общей массы, сохранить конкурентные преимущества, свой индивидуальный образ в сознании потребителя, при этом обеспечивая защиту своих прав на этот образ - приоритетные задачи каждой туристической фирмы. Вопросам защиты авторских и смежных прав и охраны интеллектуальной собственности сейчас уделяется особое внимание. Кириченко И. говорит об общих особенностях создания и защиты торговой марки и торгового знака, но не учитывает специфических особенностей туристической отрасли [1, с. 49]. Семений Ю. предлагает к рассмотрению перечень вопросов о регистрации определенного цвета для товаров и услуг, но она утверждает, что вряд ли возможно создать методику, по которой можно было бы определить, какой цвет может быть зарегистрирован в качестве торговой марки, а какой – нет [2, с. 9]. Захарин С.

говорит о необходимости создания и внедрения системы защиты авторских прав на предприятиях туристической отрасли, однако не упоминает об экономическом эффекте данного предложения [3, с. 7]. Разработка проектов совершенствования защиты авторских и смежных прав, охраны интеллектуальной собственности ведется не только в рамках научной деятельности, но и на законодательном уровне [4, с. 214]. Законодательство Украины об охране интеллектуальной собственности, защите авторских и смежных прав соответствует реалиям времени. Кроме того, Украина присоединилась к ряду международных договоров в этой сфере (Всемирной конвенции об авторском праве, Договору Всемирной организации интеллектуальной собственности об авторском праве) [5, с. 16; 6, с. 70]. Соответственно, каждый руководитель имеет в своем распоряжении правовую базу, позволяющую эффективно бороться с недобросовестной конкуренцией, основанной на посягательстве на чужую интеллектуальную собственность, в том числе на торговые марки, промышленные образцы, авторские права.

Целью работы является разработка процедуры подготовки и внедрения в повседневную практику туристической фирмы мер по защите своих авторских и смежных прав, а также охране интеллектуальной собственности.

Система защиты авторских и смежных прав, а также охраны интеллектуальной собственности в туристических предприятиях должна включать в себя три основных направления: защиту наименования турфирмы, торговой марки, дублирования туров (рис. 1).



Рис. 1. Основные элементы системы защиты авторских и смежных прав в турфирме

Одна из наиболее распространенных ситуаций – многообразие туристических фирм с похожими названиями. Любая преуспевающая туристическая фирма рано или поздно сталкивается с тем, что появляется субъект туристической деятельности со схожим фирменным наименованием. Ставка соперником делается на достижение конкурентных преимуществ за счет недобросовестного использования положительных ассоциаций клиентов и репутации фирмы с этим названием.

Ст. 17 Закона Украины «О туризме» определяет: «Не может быть выдана лицензия на туроператорскую или турагентскую деятельность субъекту предпринимательской деятельности с названием, тождественным названию другого субъекта предпринимательской деятельности, которому лицензия выдана раньше и информация о нем внесена в соответствующий реестр» [7, с. 17]. С 1 января 2004г. вступил в действие Гражданский кодекс Украины (ГКУ). В ст. 90 ГКУ вводится понятие «наименование субъекта хозяйствования», в которое входит и форма собственности, и его название [8, с. 47]. На практике, если даже название одной туристической фирмы отличается от названия другой хотя бы одной буквой, то обе эти турфирмы имеют право на существование.

Если известная туристическая фирма установит, что другая фирма с похожим названием применяет приемы недобросовестной конкуренции, в том числе похожие названия, логотипы, фирменную атрибутику, можно обращаться в Антимонопольный комитет Украины и его органы на местах. Заявитель предоставляет все имеющиеся доказательства недобросовестной конкуренции. Доказательствами могут служить: рекламная продукция, данные о реальном ущербе, экспертные заключения. К нарушителям применяются соответствующие санкции: наложение штрафов или другие формы административной ответственности. Наиболее эффективной мерой является судебный иск с требованием прекратить нарушения прав и возместить все убытки, нанесенные недобросовестной конкуренцией.

Практически все субъекты туристической деятельности приходят к выводу, что торговые марки отдельных туристических фирм довольно однообразны и во многом похожи друг на друга. Торговые марки также являются объектом интеллектуальной собственности, они охраняются законом, их необходимо регистрировать в установленном законом порядке. При этом владелец турфирмы приобретает соответствующие «имущественные права интеллектуальной собственности на торговую марку: право на ее использование, исключительное право разрешать ее использование, право препятствовать неправомерному использованию торговой марки, в том числе запрещать такое использование» [8, с.127].

В настоящее время законодательство Украины достаточно либерально по отношению к отечественным субъектам права: суммы государственных сборов для отечественных заявителей существенно ниже, чем для нерезидентов. Руководителям туристических предприятий следует активно пользоваться возможностями льготного периода и умело построить систему защиты своей уникальности в глазах клиентов. При возникновении ситуаций с нарушениями прав эти турфирмы смогут на законных основаниях потребовать поддержки у соответствующих компетентных органов.

Для туристического рынка Украины характерно такое явление, как дублирование туров. А ведь программа тура, идея туристического продукта – это творчество, они также являются объектами авторского права. Программу, которая действительно является продуктом творчества, можно защитить несколькими путями. Во-первых, ее можно оформить как промышленный образец и получить патент, зарегистрировать в Государственном агентстве по регистрации авторских прав. При этом ключевым моментом является то, чтобы такой продукт носил творческий характер.

Следует насытить турпродукт творческими элементами, например, описаниями достопримечательностей, фотографиями, картинками, стихотворениями, отрывками из произведений, связанных с маршрутами, даже кулинарными изысками, интересными бытовыми деталями. То есть всем тем, что действительно повышает интерес к маршруту [3, с. 7].

Ст. 433 Гражданского кодекса Украины определяет в качестве объектов авторского права «иллюстрации, карты, планы, эскизы, фотографические произведения» [8, с. 119]. Они охраняются законом, поэтому такое произведение легче защитить и труднее подделать, ведь ему присущи вышеуказанные индивидуальные черты. В том случае, если туристическая фирма имеет данные по незаконному использованию ее объекта авторского права, она может обратиться в суд. Фирма предъявляет требования принять соответствующие меры и прекратить незаконное использование объекта авторского права.

Обращение в суд – самый эффективный способ защиты нарушенного авторского права в Украине. Суд выносит решение обязать проигравшую сторону «возмещать материальный и моральный ущерб, нанесенный нарушением авторского права и (или) смежных прав с определением размера возмещения» [8, с. 118]. Иногда требуют выплаты суммы дохода, полученного нарушителем, или выплаты компенсации, которая определяется судом, в размере от 10 до 50000 минимальных зарплат, вместо возмещения убытков или изымания дохода.

Каждая туристическая фирма должна стремиться максимально индивидуализировать фирменное наименование, логотип, торговую марку, фирменную атрибутику. Нужно стремиться избегать стандартных штампов в слоганах и логотипах.

При этом очень важно правильно организовать все три основных направления защиты авторских и смежных прав, а также охраны интеллектуальной собственности в туристических предприятиях: защиту наименования турфирмы, торговой марки, защиту от дублирования туров. Дальнейшие исследования по этой теме позволят сделать применение данного комплекса мероприятий как единой системы более эффективным. В результате каждая туристическая фирма получит возможность сохранить свою уникальность и повысить уровень конкурентоспособности на рынке.

Литература

1. Кириченко И. Создать и защитить // Компаньон. – 2006. - № 5. – С.48-51.
2. Семений Ю. Создаем «цветной» бренд // Деловая практика. – 2006. - №32. – С.9.
3. Захарин С. «Фирмы-мимикриччи» наводнили украинский туристический рынок // Украинская Туристическая Газета. – 2005. - №12. – С.7
4. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про авторське право і суміжні права" // ВВР. - 2001.- №43. - С. 214-245.
5. Закон України “Про приєднання України до Договору Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право” // ВВР. - 2002. - №2. – С. 16.
6. Постанова Верховної Ради України “Про участь України у Всесвітній конвенції про авторське право 1952 року” // ВВР. - 1994. - №13. - С. 70.
7. Закон України “Про внесення змін до Закону України "Про туризм" // Туристична діяльність. Нормативна база- 2005. – С. 5-29.
8. Гражданский кодекс Украины – Х.: ООО «Одиссей», 2006. – 356 с.