

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες
&
Προστασία της Πνευματικής Ιδιοκτησίας*

ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΥ

Επιβλέπων Καθηγητής: κ. Ι. Χατζηδημητρίου

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
ΜΑΡΤΙΟΣ 2008

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	4
--------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
-----------------------------------	----------

1.1 Η έννοια της πνευματικής ιδιοκτησίας	6
1.2 Κλάδοι πνευματικής ιδιοκτησίας	7
1.2.A. Βιομηχανική ιδιοκτησία	7
1.2.B. Copyright	8
1.3 Χαρακτηριστικά της πνευματικής ιδιοκτησίας	8
1.4 Αντίληψη της έννοιας της πνευματικής ιδιοκτησίας	9
1.5 Ανακεφαλαίωση.....	13

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ	14
---	-----------

2.1 Οργανισμοί προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας	14
2.2 Εφαρμογή νομικού πλαισίου	17
2.3 Ανακεφαλαίωση.....	21

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 -ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ.....	22
--	-----------

3.1 Διεθνής παραγωγή.....	22
3.2 Εξαγωγές	26
3.3 Παράγοντες επιλογής της στρατηγικής εισόδου	28
3.4 Ανακεφαλαίωση	30

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 -ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ.....	32
--	-----------

4.1 Πατέντες	32
4.2 Κατατεθέντα σήματα.....	35

4.3 Copyrights	37
4.4 Βιομηχανικά σχέδια	41
4.5 Εμπορικές ονομασίες	42
4.6 Γεωγραφικές ενδείξεις	42
4.7 Βιομηχανικά μυστικά	43
4.8 Στρατηγικές αντιμετώπισης της πειρατείας.....	43
4.9 Ανακεφαλαίωση.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΝΟΜΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ – Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΙΝΑΣ.	53
Ανακεφαλαίωση.....	65
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	66
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	67

Σύνοψη

Η πνευματική ιδιοκτησία περιλαμβάνει τα νομικά δικαιώματα τα οποία προκύπτουν από την πνευματική δραστηριότητα στον βιομηχανικό, επιστημονικό, εκπαιδευτικό και καλλιτεχνικό τομέα. Η δημιουργία νομικών πλαισίων για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας οφείλεται στην αναγνώριση της αξίας και της συμβολής της στην πραγματοποίηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων διεθνώς. Τα πνευματικά δικαιώματα, ανάλογα με το αντικείμενο, προστατεύονται με διάφορες μεθόδους: πατέντες, κατατεθέντα σήματα, copyrights, βιομηχανικά σχέδια, εμπορικές ονομασίες, γεωγραφικές ενδείξεις, βιομηχανικά μυστικά. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις έχουν αναπτύξει στρατηγικές για την προστασία των προϊόντων τους από το φαινόμενο της πειρατείας. Όμως, το σημαντικότερο βήμα στην προσπάθεια προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων είναι η συνεργασία των χωρών με στόχο τον εναρμονισμό των ισχύοντων νόμων, έτσι ώστε να παρέχεται καθολική προστασία με ταυτόχρονη αποφυγή χρονοβόρων γραφειοκρατικών διαδικασιών. Το ρόλο αυτό διαδραματίζουν αρμόδια όργανα, όπως ο WIPO (World Intellectual Property Organization), η συμφωνία TRIPS (Trade-related aspects of Intellectual Property), ο EPO (European Patent Organization), καθώς και σειρά συμφωνιών οι οποίες έχουν υπογραφεί μεταξύ χωρών.

Στην παρούσα εργασία, αρχικά θα γίνει ανάλυση της έννοιας της πνευματικής ιδιοκτησίας, των κλάδων της και των χαρακτηριστικών της. Στη συνέχεια, θα ακολουθήσει αναφορά στους οργανισμούς προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας καθώς και ανάλυση της εφαρμογής του νομικού πλαισίου που τη διασφαλίζει. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι στρατηγικές άσκησης διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων καθώς και οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την επιλογή της στρατηγικής εισόδου σε μια νέα αγορά. Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύονται οι μέθοδοι προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Τέλος, παρουσιάζεται η περίπτωση της αγοράς της Κίνας και τα αποτελέσματα τα οποία είχε η εισαγωγή νομικού πλαισίου προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες στη χώρα αυτή.

Κεφάλαιο 1 – Εισαγωγή

Οι ιδέες και οι γνώσεις αποτελούν πλέον τον ακρογωνιαίο λίθο κάθε εμπορικής δραστηριότητας. Το μεγαλύτερο μέρος της αξίας μιας φαρμακευτικής ουσίας ή ενός προϊόντος υψηλής τεχνολογίας εμπεριέχεται στην εφευρετικότητα, την καινοτομία, την έρευνα, το σχεδιασμό και τον πειραματισμό που απαιτείται για τη δημιουργία του. Κινηματογραφικές ταινίες, μουσικές συνθέσεις, βιβλία, λογισμικά και υπηρεσίες διαδικτύου αγοράζονται και πωλούνται λόγω των πληροφοριών και της δημιουργικότητας που περιέχουν και όχι λόγω των υλικών που απαιτούνται για τη δημιουργία τους. Πολλά προϊόντα τα οποία μέχρι πρότινος απαιτούσαν χαμηλά επίπεδα τεχνολογίας, πλέον απαιτούν μεγαλύτερα ποσοστά εφευρετικότητας και σχεδιασμού από τους δημιουργούς τους.

Οι δημιουργοί από την πλευρά τους για να επωφεληθούν από τα έργα τους έχουν κερδίσει το δικαίωμα του περιορισμού της εκμετάλλευσης αυτών από τρίτους και το χρησιμοποιούν ως διαπραγματευτικό μέσο για τον καθορισμό αμοιβής έναντι της οποίας θα τα παραχωρήσουν. Το δικαίωμα αυτό αποτελεί το «δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας» και οι μορφές αυτού αναλύονται διεξοδικά στη συνέχεια. Το νομικό πλαίσιο το οποίο προστατεύει την πνευματική ιδιοκτησία έχει ως στόχο να «προωθή την πρόοδο της επιστήμης και των τεχνών διασφαλίζοντας για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα το αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσης του έργου τους σε συγγραφείς και εφευρέτες».

Η βάση του συγκεκριμένου δικαιώματος βρίσκεται στη φιλοσοφία του John Locke (1952) σχετικά με τα δικαιώματα ιδιοκτησίας. Ο Locke υποστήριξε πως η εργασία σε κάτι το οποίο είναι κοινό και χωρίς ιδιοκτήτη δημιουργεί δικαίωμα ιδιοκτησίας σε αυτό. Η φιλοσοφία του Locke βέβαια αναφερόταν κυρίως σε φυσική ιδιοκτησία, όπως π.χ. μια έκταση γης, αλλά βρίσκει εφαρμογή και στην περίπτωση της πνευματικής ιδιοκτησίας, όπως ιδέες, αλγόριθμοι, σχέδια, γραπτά κείμενα. Συμπερασματικά, τα δικαιώματα τα οποία παρέχονται από το νομικό πλαίσιο για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι μελετημένα κατά τέτοιο τρόπο ώστε να διασφαλίζουν ότι οι συμβάλλοντες στη συγκέντρωση γνώσης θα λάβουν τη δίκαιη ανταμοιβή για την προσπάθειά τους (Easterbrook, 1990).

Οι επικριτές της θεωρίας του Locke τονίζουν πως η έμφαση στην εκπόνηση ενός έργου ως μέθοδος καθορισμού δικαιωμάτων ιδιοκτησίας σε αυτό είναι λανθασμένη. Θεωρείται πως η έννοια της εκπόνησης του έργου είναι αόριστη και ατελής βάση για να δικαιολογήσει δικαιώματα ιδιοκτησίας σε ένα έργο. Σε ορισμένες περιπτώσεις είναι επαρκής (σχεδιασμός και κωδικοποίηση ενός λογισμικού) αλλά σε άλλες περιπτώσεις όχι (μια δημιουργική ιδέα η οποία μπορεί να υλοποιηθεί) (Drahos, 1996). Το βασικό πρόβλημα εστιάζεται στο γεγονός του καθορισμού ενός κατάλληλου κριτηρίου για την πνευματική εργασία όσον αφορά το χρόνο που αφιερώνεται, την προσπάθεια που καταβάλλεται και τα κοινωνικά οφέλη τα οποία πηγάζουν από το αποτέλεσμα αυτής (Spinello and Tavani, 2005). Συμπερασματικά, η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι συνετή από την οικονομική άποψη γιατί εγγυάται στο δημιουργό την ανταμοιβή της προσπάθειάς του και από την ηθική άποψη γιατί διασφαλίζει την σύνδεση ανάμεσα στο δημιουργό και το έργο του (Spinello, 2007).

1.1 Η έννοια της πνευματικής ιδιοκτησίας

Η πνευματική ιδιοκτησία στην ευρεία της έννοια περιλαμβάνει τα νομικά δικαιώματα τα οποία προκύπτουν από την πνευματική δραστηριότητα στον βιομηχανικό, επιστημονικό, εκπαιδευτικό και καλλιτεχνικό τομέα. Λόγω της μεγάλης αξίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, οι χώρες έχουν δημιουργήσει ένα νομικό πλαίσιο για την προστασία αυτής για δύο βασικούς λόγους:

- A. για να ορίσουν τα ηθικά και οικονομικά δικαιώματα των δημιουργών καθώς και τα δικαιώματα πρόσβασης-εκμετάλλευσης της κοινωνίας στις δημιουργίες.
- B. για να προάγουν τη δημιουργικότητα και την εφαρμογή των αποτελεσμάτων αυτής, καθώς και τον ελεύθερο ανταγωνισμό με απώτερο στόχο την οικονομική και κοινωνική εξέλιξη (WIPO Intellectual Property Handbook).

Γενικά, η νομοθεσία της προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας έχει ως στόχο την προστασία των δημιουργών-παραγωγών των πνευματικών προϊόντων και υπηρεσιών, προσφέροντας χρονικά περιορισμένα δικαιώματα ελέγχου της χρήσης των δημιουργιών τους. Η πνευματική ιδιοκτησία

χωρίζεται σε δύο κλάδους, τη βιομηχανική ιδιοκτησία και το copyright (WIPO Guide to Industrial Property).

1.2 Κλάδοι πνευματικής ιδιοκτησίας

Τα πεδία τα οποία σχετίζονται με εκπαιδευτικό, καλλιτεχνικό και επιστημονικό έργο συγκαταλέγονται στον κλάδο του copyright, ενώ οι καλλιτεχνικές παραστάσεις και μεταδόσεις θεωρούνται ότι συνδέονται με αυτόν. Τα πεδία τα οποία περιλαμβάνουν ανθρώπινες εφευρέσεις, επιστημονικές ανακαλύψεις, βιομηχανικά σχέδια, κατατεθέντα σήματα, εμπορικές ονομασίες και συμβολισμούς αποτελούν τον κλάδο της βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Η προστασία κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού θεωρείται επίσης μέρος του κλάδου αυτού (WIPO Intellectual Property Handbook).

1.2.A. Βιομηχανική ιδιοκτησία

Η βιομηχανική ιδιοκτησία περιλαμβάνει εφευρέσεις και βιομηχανικά σχέδια. Συγκεκριμένα, οι εφευρέσεις αποτελούν λύσεις σε τεχνικά προβλήματα και τα βιομηχανικά σχέδια καθορίζουν την εξωτερική εμφάνιση των βιομηχανικών προϊόντων. Επιπρόσθετα, η βιομηχανική ιδιοκτησία περιλαμβάνει κατατεθέντα σήματα, εμπορικές ονομασίες και συμβολισμούς, καθώς και ενδείξεις προέλευσης και προστασία από τον αθέμιτο ανταγωνισμό (WIPO Guide to Industrial Property). Στον παρόντα κλάδο δεν είναι έντονη η έννοια της πνευματικής δημιουργίας, αλλά η μετάδοση πληροφοριών στον καταναλωτή σχετικά με τα διαθέσιμα προϊόντα και υπηρεσίες.

Σημαντικό είναι να επισημανθεί πως οι επιστημονικές ανακαλύψεις διαφοροποιούνται από τις εφευρέσεις. Ως επιστημονική ανακάλυψη ορίζεται η αναγνώριση φαινομένων, ιδιοτήτων ή νόμων του υλικού σύμπαντος που δεν είχαν προσδιοριστεί ή αποδειχθεί στο παρελθόν. Οι εφευρέσεις προσφέρουν λύσεις σε συγκεκριμένα τεχνικά προβλήματα, χωρίς όμως να απαιτείται να βασίζονται στην ταυτόχρονη ανακάλυψη νέων νόμων ή αρχών (WIPO Intellectual Property Handbook).

1.2.B. Copyright

Το copyright απασχολεί ένα τμήμα του νομικού πλαισίου που αφορά τα δικαιώματα των πνευματικών δημιουργών. Οι νόμοι σχετικοί με το copyright αναφέρονται σε συγκεκριμένες μορφές δημιουργικότητας, κυρίως αυτές που εμπίπτουν σε περιπτώσεις μαζικής επικοινωνίας του έργου προς το κοινό. Επίσης, περιλαμβάνει όλες τις μορφές δημόσιας επικοινωνίας - έντυπες εκδόσεις, ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές μεταδόσεις, πληροφοριακά συστήματα αποθήκευσης και μετάδοσης πληροφοριών (WIPO Guide to Copyright and Related Rights).

Το copyright ορίζει τα δικαιώματα των δημιουργών επάνω στις δημιουργίες τους. Τα περισσότερα έργα, π.χ. βιβλία, πίνακες ζωγραφικής, υφίστανται μόνο με τη φυσική μορφή των αντικειμένων. Άλλα έργα όμως, π.χ. ποιήματα, μουσική, αποτελούν έργα ακόμα και πριν αποκτήσουν φυσική υπόσταση σε έντυπη μορφή. Παρολαυτά, το copyright παρέχει προστασία μόνο στη φυσική έκφραση των δημιουργικών ιδεών και όχι στις ίδιες τις ιδέες.

1.3 Χαρακτηριστικά της πνευματικής ιδιοκτησίας

Η πνευματική ιδιοκτησία έχει διάφορες μορφές και περιλαμβάνει όπως έχει περιγραφεί το copyright, τα κατατεθέντα σήματα, τα βιομηχανικά σχέδια και τις πατέντες. Ο Vaver (2000) όρισε την πνευματική ιδιοκτησία ως ένα σύνολο νομικών δικαιωμάτων τα οποία προστατεύουν τα προϊόντα της ανθρώπινης νόησης για συγκεκριμένες χρονικές περιόδους εμποδίζοντας την εκμετάλλευσή τους από άλλους. Η πνευματική ιδιοκτησία σε όλες τις μορφές της έχει τέσσερα κοινά χαρακτηριστικά: είναι άυλη, αποκλειστική, με νομική υπόσταση και ισχύ εντός χωρικών ορίων.

Τα πνευματικά δικαιώματα αποτελούν άυλα περιουσιακά στοιχεία τα οποία όμως διαφοροποιούνται από τα υλικά περιουσιακά στοιχεία μιας επιχείρησης κυρίως στις μεθόδους μεταβίβασής τους. Όταν γίνεται μια πώληση περιουσιακού στοιχείου, ο τίτλος ιδιοκτησίας αυτού μεταβιβάζεται αυτόματα. Στην περίπτωση των πνευματικών δικαιωμάτων, η μεταβίβαση συνήθως αφορά στην εξουσιοδότηση του δικαιοδόχου να το χρησιμοποιεί για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα έναντι προσυμφωνημένου χρηματικού ποσού και όχι στη μεταβίβαση της ιδιοκτησίας αυτού.

Η αποκλειστικότητα αποτελεί το δεύτερο χαρακτηριστικό της πνευματικής ιδιοκτησίας. Ο ιδιοκτήτης ενός πνευματικού δικαιώματος είναι ο μόνος που έχει τη δυνατότητα εκμετάλλευσης αυτού σε μια περιοχή ή χώρα για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Για το λόγο αυτό, ο ιδιοκτήτης έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει εισόδημα από την πνευματική δημιουργία του και να συνεισφέρει στην οικονομική πρόοδο.

Η πνευματική ιδιοκτησία έχει νομική υπόσταση. Το γεγονός αυτό, από τη μια πλευρά διαφυλάσσει την πνευματική ιδιοκτησία από παράνομη χρήση από μη εξουσιοδοτημένα άτομα επιτρέποντας στους δημιουργούς να εισπράξουν τους καρπούς των κόπων τους και από την άλλη πλευρά περιορίζει το μονοπώλιο θέτοντας χρονικά όρια στα δικαιώματά τους για να επιτρέψουν την ελεύθερη πρόσβαση της κοινωνίας στη νέα γνώση.

Τέλος, τα πνευματικά δικαιώματα έχουν τοπικούς περιορισμούς και είναι συνήθως εθνικής εμβέλειας. Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει βήματα εναρμονισμού της νομοθεσίας για να περιοριστούν τα προβλήματα τα οποία προκύπτουν από διαφορές μεταξύ των νομικών πλαισίων.

1.4 Αντίληψη της έννοιας της πνευματικής ιδιοκτησίας

Η διαφορετική αντιμετώπιση του θέματος της πνευματικής ιδιοκτησίας μεταξύ χωρών έχει τη βάση της στις διαφορές της κουλτούρας τους. Η έννοια της κουλτούρας ορίζεται ως το σύνολο των πεπαιθώσεων, κανόνων και συμπεριφορών των ατόμων το οποίο πηγάζει από την παράδοση και το περιβάλλον τους και διαχωρίζει μια κοινωνική ομάδα από μια άλλη. Ο Hofstede (2001) αναγνώρισε τέσσερις καθοριστικούς παράγοντες που διαχωρίζουν τις εθνικές κουλτούρες:

- **Απόσταση εξουσίας**
Ο βαθμός της ιεραρχίας και η ανισότητα ανάμεσα σε ανώτερα και κατώτερα στελέχη ή ανάμεσα σε γηραιότερους και νεότερους.
- **Διαχείριση αβεβαιότητας**
Ο τρόπος με τον οποίο η κοινωνία αντιμετωπίζει την αβεβαιότητα η οποία προκύπτει από το περιβάλλον.

- **Ατομικισμός – Συλλογικότητα**
Η έμφαση της κοινωνίας στα ατομικά δικαιώματα και ελευθερίες σε σύγκριση με τα συλλογικά ενδιαφέροντα.
- **Ανδρική – Γυναικεία κυριαρχία**
Ο βαθμός της αντρικής κυριαρχίας σε θέματα και σχέσεις σε σύγκριση με τη γυναικεία ισχύ στην κοινωνία.

Η έρευνα του Hofstede συμπεριέλαβε 66 χώρες και τα αποτελέσματα για τις Η.Π.Α., Κίνα, Ταϊβάν και Χονγκ-Κονγκ παρουσιάζονται στον πίνακα 1.1. Είναι φανερό πως η Κίνα και οι Η.Π.Α. βρίσκονται στα δύο άκρα της κλίμακας. Η Κίνα παρουσιάζει τη μεγαλύτερη διαφορά εξουσίας, το οποίο είναι ενδεικτικό της τάσης των ατόμων να ακολουθούν οδηγίες και της απροθυμίας τους να πάρουν πρωτοβουλίες, το οποίο έρχεται σε πλήρη αντίθεση με τις Η.Π.Α. Επίσης, στο θέμα του ατομικισμού – συλλογικότητας, η Κίνα είναι μια χώρα η οποία έχει έντονο το συλλογικό στοιχείο ενώ οι Η.Π.Α. είναι μια χώρα στην οποία επικρατούν τα ατομικά δικαιώματα και ελευθερίες. Αυτό ερμηνεύεται ως προθυμία από την πλευρά των Κινέζων να θυσιάσουν τις ατομικές τους ανάγκες για το όφελος μιας κοινωνίας η οποία δεν επιβραβεύει τα ατομικά κατορθώματα. Οι Η.Π.Α. είναι μια κοινωνία η οποία προωθεί τον ανταγωνισμό, το προσωπικό συμφέρον και την ατομική καταξίωση. Η Κίνα αντίθετα προωθεί τον αλτρουϊσμό, την κοινωνική ευθύνη, τη συνεργασία και την αρμονία.

Χώρα	Απόσταση εξουσίας	Διαχείριση αβεβαιότητας	Ατομικισμός- Συλλογικότητα	Ανδρική κυριαρχία
Χονγκ-Κονγκ	68	29	25	57
Ταϊβάν	58	69	17	45
Κίνα	80	30	20	66
Η.Π.Α.	40	46	91	62

Πίνακας 1.1 – Αποτελέσματα της έρευνας του Hofstede για Κίνα, Η.Π.Α., Ταϊβάν και Χονγκ-Κονγκ.

Συγκεκριμένα, στην περίπτωση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, η κουλτούρα έχει έντονη επίδραση στη συνολική αντίληψη και συμπεριφορά προς αυτά. Η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας θεωρείται δυτικό φαινόμενο (Jacobs et al., 2001) και είναι αντίθετη με την πεποίθηση της ασιατικής κοινωνίας πως τα αγαθά και οι δημιουργίες ανήκουν στο κοινωνικό σύνολο. Η αποζημίωση του δημιουργού δεν είναι υλική αλλά πηγάζει από την αναγνώριση του έργου του και την απόκτηση καλής φήμης.

Έρευνες σχετικά με την πειρατεία λογισμικού σε 70 χώρες και την επίδραση της διαφορετικής κουλτούρας στη συχνότητα του φαινομένου έδειξαν πως στις χώρες με έντονο το στοιχείο του ατομικισμού, τα φαινόμενα πειρατείας είναι λιγότερα σε σύγκριση με τις χώρες με συλλογική νοοτροπία (Marron and Steel, 2000). Επιπρόσθετα, οι χώρες με παράδοση στην προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας παρουσιάζουν μικρότερα επίπεδα πειρατείας.

Άλλες σχετικές έρευνες έδειξαν πως η μεγαλύτερη βαθμολογία στην κλίμακα του Hofstede στη διαχείριση αβεβαιότητας, ατομικισμό και ανδρική κυριαρχία συνδεόταν με χαμηλά ποσοστά πειρατείας και η μεγάλη απόσταση εξουσίας με μεγάλα ποσοστά πειρατείας (Shore et al., 2001). Συμπερασματικά, η εθνική κουλτούρα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην αντίληψη και αντιμετώπιση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας από την κοινωνία καθώς και στη συχνότητα των περιπτώσεων καταπάτησης αυτών.

Διαφοροποιήσεις στην αντιμετώπιση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας οφείλονται σε διαφορές στο πολιτικό, οικονομικό και νομικό περιβάλλον μιας χώρας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Κίνα όπου η αντιγραφή και η μίμηση θεωρείται αποτελεσματικός τρόπος μάθησης μέσω της μετατροπής της υπάρχουσας γνώσης σε νέες ιδέες. Επομένως, το μονοπώλιο της υπάρχουσας γνώσης δεν ήταν εναρμονισμένο με τις ηθικές αξίες της χώρας. Παραδοσιακά, η νομοθεσία στην Κίνα θεωρείται αναποτελεσματική και μη απαραίτητη γιατί η κοινωνία σύμφωνα με τον Κομφούκιο πρέπει να κυβερνάται από ηθικές αξίες και όχι από κανονισμούς έτσι ώστε να διατηρηθεί η αρμονία μέσα σε αυτήν. Οι Κινέζοι δεν είχαν σχηματισμένη αντίληψη της έννοιας της ιδιοκτησίας γενικότερα και πάντα θεωρούσαν το αποτέλεσμα της προσωπικής δημιουργικότητας ως συλλογική ιδιοκτησία.

Οι αντιλήψεις και η κοινωνικές δομές δύνανται να επηρεάσουν την ερμηνεία της πνευματικής ιδιοκτησίας (Chan, 1997). Τα άτομα μέσα στην κοινωνία είναι υποχρεωμένα να ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες υποχρεώσεις και να σέβονται την κοινωνική ιεραρχία. Μια κοινωνία η οποία προωθεί την κοινωνική δέσμευση, την ιδεολογική μόρφωση και την επίλυση προβλημάτων με ανεπίσημες μεθόδους και όχι μέσω νομικών διαδικασιών, θα είναι δύσκολο να κατανοήσει, να αποδεχθεί και να συμμορφωθεί με την έννοια της πνευματικής ιδιοκτησίας και των νομικών δικαιωμάτων τα οποία συνδέονται με αυτήν.

Το μορφωτικό επίπεδο αποτελεί επίσης καθοριστικό παράγοντα για την αντιμετώπιση της πνευματικής ιδιοκτησίας σε μια χώρα. Οι χώρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο παρουσιάζουν χαμηλότερα επίπεδα φαινομένων πειρατείας (Marron and Steel, 2000). Η μορφωτική εξέλιξη έχει τα εξής δύο αποτελέσματα στο θέμα της πνευματικής ιδιοκτησίας: πρώτον, επιταχύνει τη διαδικασία της αντιγραφής της πνευματικής ιδιοκτησίας και δεύτερον, τονίζει την απαίτηση για την προστασία της. Όταν επικρατεί γενικότερα χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, κυριαρχεί το πρώτο από τα αποτελέσματα. Το δεύτερο παρατηρείται σε χώρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο (Ginarte and Walter, 1997).

Σημαντικό ρόλο στην κατανόηση της έννοιας της πνευματικής ιδιοκτησίας διαδραματίζουν επίσης η γλώσσα και η επικοινωνία. Η γλώσσα μπορεί να παίξει καταλυτικό ρόλο στην επικοινωνία διευκολύνοντας ή εμποδίζοντας την επίτευξή της (Marschan et al., 1997). Οι Η.Π.Α. έχουν ένα σημαντικό πλεονέκτημα στο θέμα της γλώσσας παρόλο που μόνο το 5.4% παγκοσμίως έχει τα αγγλικά ως μητρική του γλώσσα. Η γλωσσική εγγύτητα διευκολύνει και προωθεί την εμπορική και πολιτιστική επικοινωνία. Οι Η.Π.Α. και το Ηνωμένο Βασίλειο μοιράζονται γλώσσα και ιστορική κληρονομιά και αυτό δίνει τη δυνατότητα στη δεύτερη να ακολουθεί την τεχνολογική ανάπτυξη της πρώτης χωρίς επικοινωνιακά εμπόδια. Αντίθετα, η κινεζική γλώσσα ομιλείται από το 20% του πληθυσμού, είναι μια από τις 6 γλώσσες των Ηνωμένων Εθνών αλλά δεν αναγνωρίζεται ως μια διαδεδομένη γλώσσα.

1.5 Ανακεφαλαίωση

Ο δημιουργός ενός έργου έχει το αναφαίρετο δικαίωμα της εκμετάλλευσης αυτού με σκοπό την απόσβεση της προσπάθειας ή του κόστους που έχει καταβάλει για την παραγωγή/δημιουργία του. Το δικαίωμα αυτό υλοποιείται μέσω του περιορισμού της εκμετάλλευσης του έργου του χωρίς την άδεια του ίδιου για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και ονομάζεται «δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας». Ως πνευματική ιδιοκτησία ορίζεται το προϊόν της ανθρώπινης νόησης και διαχωρίζεται σε βιομηχανική ιδιοκτησία και copyright. Στον κλάδο της βιομηχανικής ιδιοκτησίας δεν είναι έντονη η έννοια της πνευματικής δημιουργίας, αλλά η μετάδοση πληροφοριών στον καταναλωτή σχετικά με τα διαθέσιμα προϊόντα και υπηρεσίες. Το copyright παρέχει προστασία στη φυσική έκφραση των δημιουργικών ιδεών αλλά όχι στις ίδιες τις ιδέες. Η πνευματική ιδιοκτησία έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά: είναι άυλη, αποκλειστική, έχει νομική υπόσταση και καθορισμένη ισχύ. Τέλος, η ερμηνεία της έννοιας της πνευματικής ιδιοκτησίας διαφέρει μεταξύ χωρών και επηρεάζεται από παράγοντες όπως η κουλτούρα, το πολιτικό, οικονομικό και νομικό περιβάλλον, τις αντιλήψεις και τις κοινωνικές δομές, το μορφωτικό επίπεδο, τη γλώσσα και την επικοινωνία.

Κεφάλαιο 2 – Νομικό πλαίσιο προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας

2.1 Οργανισμοί προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας

Το Διεθνές Σύμφωνο για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (International Convention for the Protection of Industrial Property) προσφέρει έως ένα βαθμό ομοιομορφία στην έκδοση και ισχύ πατέντας μεταξύ των 168 χωρών που αποτελούν μέλη του. Οι περισσότερες χώρες της Λατινικής Αμερικής καθώς και οι Η.Π.Α. είναι μέλη του Δια-αμερικανικού συμφώνου, το οποίο προσφέρει παρόμοια προστασία. Ένα σημαντικό βήμα προς τον εναρμονισμό της ισχύος μιας πατέντας αποτέλεσε και η ίδρυση του EPO (European Patent Organization). Μέσω του EPO, ο αιτών χρειάζεται να υποβάλλει μία μόνο αίτηση στην αγγλική, γερμανική ή γαλλική γλώσσα για την έκδοση πατέντας με ισχύ στις 34 χώρες-μέλη. Πριν την ίδρυση του οργανισμού, ήταν απαραίτητη η υποβολή αίτησης σε κάθε χώρα χωριστά στη γλώσσα της εκάστοτε χώρας (WIPO Intellectual Property Protection Handbook).

Ο παγκόσμιος οργανισμός πνευματικής ιδιοκτησίας (World Intellectual Property Organization - WIPO) ανήκει στον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (O.H.E.), η σύστασή του έλαβε χώρα το 1967 στη Στοκχόλμη και η δράση του ξεκίνησε το 1970. Οι βάσεις για την ίδρυση του οργανισμού είχαν τεθεί το 1883 με τη συμφωνία του Παρισιού και το 1886 με τη συμφωνία της Βέρνης. Αρχικά είχαν δημιουργηθεί δύο τμήματα, το ένα υπεύθυνο για τη βιομηχανική ιδιοκτησία και το δεύτερο για το copyright, τα οποία ενώθηκαν το 1893. Η κεντρική διοίκηση του οργανισμού βρίσκεται στη Γενεύη από το 1960.

Κατά την ίδρυση του παγκόσμιου οργανισμού πνευματικής ιδιοκτησίας στη Στοκχόλμη, στις 14 Ιουλίου 1967, αποφασίστηκε πως «η πνευματική ιδιοκτησία θα περιλαμβάνει δικαιώματα σχετικά με:

1. εκπαιδευτικό, καλλιτεχνικό και επιστημονικό έργο
2. καλλιτεχνικές παραστάσεις και μεταδόσεις
3. ανθρώπινες εφευρέσεις
4. επιστημονικές ανακαλύψεις
5. βιομηχανικά σχέδια

6. κατατεθέντα σήματα, εμπορικές ονομασίες και συμβολισμούς

7. προστασία κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού

καθώς και όλα τα δικαιώματα τα οποία προκύπτουν από πνευματική δραστηριότητα στο βιομηχανικό, επιστημονικό, εκπαιδευτικό και καλλιτεχνικό τομέα.»

Η αποστολή του WIPO είναι η προαγωγή της δημιουργίας, συγκέντρωσης, χρήσης και προστασίας των έργων της ανθρώπινης διανοητικής με στόχο την οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική πρόοδο της ανθρωπότητας. Η αποστολή αυτή πραγματοποιείται μέσω διεθνών συνεργασιών. Ο WIPO επίσης διαδραματίζει συμβουλευτικό ρόλο προσφέροντας καθοδήγηση στις αναπτυσσόμενες χώρες σχετικά με την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Ως μια εξειδικευμένη υπηρεσία του Ο.Η.Ε., ο WIPO στοχεύει στον εναρμονισμό των κανόνων και των πρακτικών για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας. Οι περισσότερες βιομηχανικές χώρες έχουν ήδη ενεργά συστήματα προστασίας. Οι αναπτυσσόμενες χώρες τώρα δημιουργούν τα δικά τους συστήματα και νομικά πλαίσια προστασίας. Με την ταχύτατη παγκοσμιοποίηση του εμπορίου κατά την τελευταία δεκαετία, ο WIPO διαδραματίζει επικουρικό ρόλο στη διαμόρφωση των συστημάτων αυτών, μέσω διαπραγματεύσεων, νομικής και τεχνικής βοήθειας και εκπαίδευσης σε διάφορους τομείς.

Επιπρόσθετα, ο WIPO παρέχει διεθνή συστήματα καταχώρησης για πατέντες, κατατεθέντα σήματα, γεωγραφικές ενδείξεις και βιομηχανικά σχέδια. Με τον τρόπο αυτό απλοποιείται η διαδικασία της παροχής προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας στο σύνολο των χωρών γιατί αρκεί η υποβολή μιας μόνο αίτησης, σε μια μόνο γλώσσα. Ο WIPO περιλαμβάνει τέσσερις διαφορετικούς μηχανισμούς προστασίας για κάθε τύπο δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας:

- Patent Cooperation Treaty (PCT) για την υποβολή αιτήσεων για πατέντες σε διαφορετικές χώρες
- Madrid System για τη διεθνή καταχώρηση κατατεθέντων σημάτων
- Hague System για την καταχώρηση βιομηχανικών σχεδίων
- Lisbon System για τη διεθνή καταχώρηση γεωγραφικών ενδείξεων

Κάθε φορά που μια επιχείρηση ή ένα άτομο υποβάλλει μια αίτηση για πατέντα, για καταχώρηση ενός κατατεθέντος σήματος ή βιομηχανικού σχεδίου είτε σε εθνικό, είτε σε διεθνές επίπεδο, είναι απαραίτητο να καθορισθεί αν η δημιουργία αυτή είναι καινούρια ή αποτελεί πνευματικό δημιούργημα τρίτου. Για να καθορισθεί αυτό, ο όγκος πληροφοριών που πρέπει να εξεταστεί είναι ατελείωτος. Για το λόγο αυτό, ο WIPO με τέσσερις συμφωνίες δημιούργησε συστήματα ταξινόμησης για κάθε κλάδο πνευματικής ιδιοκτησίας:

- Strasbourg Agreement – καταχώρηση και ταξινόμηση για πατέντες
- Nice Agreement – ταξινόμηση προϊόντων και υπηρεσιών για λόγους προστασίας κατατεθέντων σημάτων
- Vienna Agreement – ταξινόμηση των σχεδιαστικών στοιχείων εμπορικών σημάτων
- Locarno Agreement – ταξινόμηση βιομηχανικών σχεδίων

Τέλος, η συμφωνία TRIPS (Trade-related aspects of intellectual property) υπογράφηκε υπό την αιγίδα του WTO και αποτελεί μια προσπάθεια εναρμονισμού των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας ανά τον κόσμο. Καθορίζει τα ελάχιστα επίπεδα προστασίας τα οποία πρέπει να παρέχει η κυβέρνηση της κάθε χώρας σε όλα τα μέλη του WTO. Με τον τρόπο αυτό εξισορροπεί τα μακροπρόθεσμα οφέλη και το βραχυπρόθεσμο κόστος μιας πνευματικής δημιουργίας. Η κοινωνία επωφελείται μακροπρόθεσμα γιατί η παροχή προστασίας στην πνευματική ιδιοκτησία προωθεί τη δημιουργία και την εφευρετικότητα. Η συμφωνία TRIPS καλύπτει πέντε γενικά θέματα:

- την εφαρμογή των βασικών αρχών του συστήματος εμπορίου και των άλλων διεθνών συμφωνιών. Βασικό στοιχείο της συμφωνίας είναι η εφαρμογή ίσης και δίκαιης μεταχείρισης, τόσο εντός του ίδιου κράτους όσο και μεταξύ κρατών. Επιπρόσθετα, η συμφωνία TRIPS ορίζει πως η πνευματική ιδιοκτησία θα πρέπει να συνεισφέρει στην τεχνολογική καινοτομία και τη διάχυση της τεχνολογίας και τεχνογνωσίας, έτσι ώστε να ωφελούνται και οι δημιουργοί της και οι χρήστες της.
- την παροχή επαρκούς προστασίας στα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Η συμφωνία φρονίζει για την ύπαρξη και εφαρμογή

αρχών προστασίας σε όλα τα κράτη-μέλη υπό την καθοδήγηση του WIPO.

- την πρακτική εφαρμογή των δικαιωμάτων ανά χώρα. Η ύπαρξη κοινών νόμων για την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας δεν επαρκεί, εάν οι νόμοι αυτοί δεν εφαρμόζονται. Η τήρηση των σχετικών νόμων αποτελεί ευθύνη των εκάστοτε κυβερνήσεων.
- την επίλυση διαφωνιών μεταξύ μελών του WTO
- την έκδοση μεταβατικών ρυθμίσεων για τις περιόδους προσαρμογής για την κάθε χώρα.

2.2 Εφαρμογή νομικού πλαισίου

Το σύμφωνο της Βέρνης παρέχει ελάχιστες οδηγίες για την εφαρμογή των νόμων προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, αλλά τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια δραματική εξέλιξη στη δημιουργία εθνικών και διεθνών πρωτοκόλλων για την επιβολή αυτών. Οι κινήσεις αυτές έχουν δύο βασικές αιτίες: πρώτον, την εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία πλέον επιτρέπει την εύκολη δημιουργία και χρήση προστατευμένου υλικού χωρίς τις απαραίτητες άδειες, και δεύτερον τη συνεχώς αυξανόμενη οικονομική σημασία της διακίνησης προστατευμένων αγαθών για το διεθνές εμπόριο (Bosworth and Yang, 2000). Η σημασία της αποτελεσματικής προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας διαφαίνεται και από την απαίτηση του WIPO για την ύπαρξη αυστηρού νομικού πλαισίου σε όλες τις χώρες, την άμεση εφαρμογή ποινών σε περιπτώσεις παραβιάσεων και τη λήψη μέτρων για την αποφυγή παρόμοιων φαινομένων στο μέλλον (WIPO Guide to Industrial Property).

Η πρόσφατη νομοθεσία περιλαμβάνει μέτρα σχετικά με την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας τα οποία μπορούν να διαχωριστούν σε τρεις κατηγορίες:

A. Προληπτικά μέτρα ή μέτρα συντήρησης

Τα προληπτικά μέτρα έχουν δύο βασικούς στόχους:

- Την πρόληψη των παραβιάσεων καθώς και την αποφυγή της εισόδου παράνομων αγαθών στα κανάλια εμπορίου.

- Τη διαφύλαξη στοιχείων σχετικά με πιθανές παραβιάσεις.

B. Κοινωνικά μέτρα

Τα κοινωνικά μέτρα αποζημιώνουν τους νόμιμους ιδιοκτήτες για τις οικονομικές επιπτώσεις που επέφερε η παραβίαση των δικαιωμάτων τους. Η συνήθης πρακτική είναι η έκδοση δικαστικής απόφασης για την καταστροφή των παράνομων προϊόντων καθώς και των υλικών και των μηχανημάτων που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τους. Η συνέχιση των παράνομων δραστηριοτήτων τιμωρείται με χρηματικά πρόστιμα.

Γ. Ποινικά μέτρα

Τα ποινικά μέτρα στοχεύουν στην τιμωρία εκείνων που παραβιάζουν τη νομοθεσία για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας με εμπορικό σκοπό. Περιλαμβάνουν χρηματικά πρόστιμα και ποινές φυλάκισης.

Στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 2.1) παρουσιάζονται οι μέθοδοι προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, τα έργα τα οποία προστατεύουν και οι διεθνείς συμφωνίες οι οποίες υποστηρίζουν νομικά τις μεθόδους.

Μέθοδος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας	Τι προστατεύεται;	Σχετικές διεθνείς συμφωνίες
Πατέντες και λειτουργικά μοντέλα	Εφευρέσεις	Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) Patent Cooperation Treaty (1970) Budapest Treaty on the International Recognition of the Deposit of

		<p>Microorganisms for the Purposes of Patent Procedure (1977)</p> <p>Strasbourg Agreement Concerning the International Patent Classification (1971)</p> <p>Patent Law Treaty (2000)</p>
Βιομηχανικά σχέδια	Βιομηχανικά σχέδια τα οποία είναι νέα και καινοτόμα	<p>Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs (1934)</p> <p>Locarno Agreement Establishing an International Classification for Industrial Designs (1968)</p>
Κατατεθέντα σήματα	Χαρακτηριστικά σήματα και σύμβολα	<p>Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891)</p> <p>Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks</p>

		(1989) Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks (1957) Vienna Agreement Establishing an International Classification of the Figurative Elements of Marks (1973) Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods (1891) Trademark Law Treaty (1994)
Γεωγραφικές ενδείξεις και χαρακτηριστικά προέλευσης	Γεωγραφικά ονόματα χωρών, περιοχών και τοπωνύμιων	Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration (1958)

Προστασία από τον αθέμιτο ανταγωνισμό	Δίκαιη άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων	Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883)
---------------------------------------	--	---

(Πηγή: *WIPO guide to Industrial Property*)

Πίνακας 2.1 – Μέθοδοι προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και σχετικές διακρατικές συμφωνίες.

2.3 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό έγινε μια παρουσίαση του νομικού πλαισίου το οποίο παρέχει την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Νομικό πλαίσιο έχει πλέον διαμορφωθεί σε όλες τις αναπτυγμένες και στις περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες. Το βασικότερο πρόβλημα το οποίο καλούνται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις στον τομέα αυτό είναι πλέον ο εναρμονισμός των δικαιωμάτων και διαδικασιών ανά χώρα. Στην επίλυση του προβλήματος αυτού συντελούν οι διεθνείς συμφωνίες οι οποίες έχουν υπογραφεί από μεγάλο αριθμό χωρών και παρέχουν μια κοινή οδό αντιμετώπισης των σχετικών θεμάτων. Στη συνέχεια θα γίνει ανάλυση των στρατηγικών εισόδου σε μια νέα αγορά και των μεθόδων προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Κεφάλαιο 3 - Στρατηγικές άσκησης διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

Η οικονομική ανάπτυξη και η απελευθέρωση του εμπορίου έχει φέρει την Κίνα στο προσκήνιο των διεθνών επενδύσεων. Πολλές πολυεθνικές επιχειρήσεις στοχεύουν τη μεγάλη αγορά της Κίνας μέσω άμεσων ξένων επενδύσεων. Η περίπτωση αυτή αποτελεί το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός προβλήματος που για τις περισσότερες επιχειρήσεις παραμένει το άλυτο: το θέμα της καταλληλότερης μεθόδου εισόδου στην αγορά μιας χώρας, κυρίως για τις επιχειρήσεις με μεγάλες διαφορές κουλτούρας από τη χώρα-στόχο. Είναι απαραίτητη η μελέτη της αγοράς για τη διαμόρφωση κατάλληλης πολιτικής εισόδου και τον καθορισμό του ρόλου της πολυεθνικής στην οικονομική εξέλιξη. Οι επιλογές των επιχειρήσεων διαχωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες: τη διεθνή παραγωγή και τις εξαγωγές.

3.1 Διεθνής παραγωγή

3.1.1 Συμφωνίες παραγωγής (*Contract manufacturing*)

Στην περίπτωση των συμφωνιών παραγωγής, η ξένη επιχείρηση αναθέτει σε μια εγχώρια επιχείρηση την παραγωγή των προϊόντων της με συγκεκριμένες προδιαγραφές. Μετά την ολοκλήρωση της παραγωγής, η ξένη επιχείρηση σηματοδοτεί το προϊόν με το όνομά της (Χατζηδημητρίου, 2003).

3.1.2 Συμφωνίες παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης (*licencing*)

Η ξένη επιχείρηση παραχωρεί στην εγχώρια επιχείρηση το δικαίωμα παραγωγής και πώλησης προϊόντων με το όνομά της. Η ξένη επιχείρηση εισπράττει κέρδη από την εγχώρια επιχείρηση ως προμήθεια επί των επιτευχθέντων πωλήσεων. Η κίνηση αυτή δεν απαιτεί δέσμευση κεφαλαίων από την ξένη επιχείρηση, επιτρέπει την ταχύτερη είσοδο της επιχείρησης στην νέα αγορά και ενέχει μηδενικούς επιχειρηματικούς κινδύνους. Παράλληλα, με την εισαγωγή ενός προϊόντος σε μια νέα αγορά είναι δυνατή η επιμήκυνση του κύκλου ζωής του. Τέλος, σχετικά με την προστασία της πνευματικής

ιδιοκτησίας – αν υπάρξει παράνομη χρήση ονομασίας, εικόνας, σήματος του προϊόντος- η ξένη επιχείρηση έχει έναν τοπικό «σύμμαχο» ο οποίος θα υπερασπιστεί τα κοινά συμφέροντα έχοντας μια καλύτερη γνώση του νομικού πλαισίου της χώρας και δυνατότητα καλύτερου ελέγχου της κατάστασης (Χατζηδημητρίου, 2003).

Οι συμφωνίες παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης χρησιμοποιούνται και για έργα ή προϊόντα τα οποία προστατεύονται από τους νόμους προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων. Με τη στρατηγική αυτή, ο έχων τα δικαιώματα παραμένει ο ιδιοκτήτης του προϊόντος, αλλά επιτρέπει τη χρήση αυτού από τρίτο άτομο ή επιχείρηση για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και σκοπό (Bosworth and Yang, 2000).

3.1.3 Συμφωνίες διεθνούς δικαιόχρησης (*franchising*)

Μια ιδιαίτερη περίπτωση των συμφωνιών παραχώρησης των δικαιωμάτων εκμετάλλευσης αποτελούν οι συμφωνίες διεθνούς δικαιόχρησης. Στην παρούσα περίπτωση, η δικαιοπάροχος εταιρία παρέχει στη δικαιούχο εταιρία το δικαίωμα χρήσης της τεχνογνωσίας, της εμπορικής ονομασίας αλλά και επιπρόσθετα το μηχανικό εξοπλισμό, όλα τα ενδιάμεσα προϊόντα για την παραγωγή, υπηρεσίες προώθησης προϊόντων και εκπαίδευσης υπαλλήλων. Η τήρηση των όρων της συμφωνίας ελέγχεται ενδελεχώς από τη δικαιοπάροχο εταιρία, γεγονός το οποίο διαφοροποιεί την παρούσα συμφωνία από τις συμφωνίες παραχώρησης των δικαιωμάτων εκμετάλλευσης (Χατζηδημητρίου, 2003).

3.1.4 Διοικητικά συμβόλαια (*management contracts*)

Τα διοικητικά συμβόλαια αφορούν στην ανάληψη από μια επιχείρηση την οργάνωση ενός τμήματος ή τη διοίκηση μιας ξένης επιχείρησης. Η επιχείρηση προσφέρει την τεχνογνωσία της σε θέματα στελέχωσης, οργάνωσης και διοίκησης αλλά δεν εμπλέκεται σε διαδικασίες παραγωγής προϊόντων στην ξένη χώρα. Η επιχείρηση είτε χρησιμοποιεί δικά της έμπειρα στελέχη, είτε προσλαμβάνει νέα στελέχη για να απασχοληθούν στην ξένη επιχείρηση. Με τη στρατηγική αυτή, επιτυγχάνεται αύξηση των κερδών της επιχείρησης χωρίς να απαιτείται δέσμευση κεφαλαίων και να ενέχεται επιχειρηματικός κίνδυνος. Παράλληλα, τα στελέχη τα οποία αναλαμβάνουν

θέσεις στη διοίκηση αποκτούν την εμπειρία εργασίας σε μια νέα αγορά, η οποία θα είναι πολύτιμη στην περίπτωση έναρξης παραγωγικών δραστηριοτήτων στη χώρα αυτή. Η συνήθης τακτική είναι η αμοιβή της αναλαμβάνουσας επιχείρησης βάσει των επιτευχθέντων κερδών της αναλειφθήσας επιχείρησης (Ball et al., 2006).

3.1.5 Συμφωνίες κατασκευής έργων «με το κλειδί στο χέρι» (Turn-key ventures)

Η μέθοδος αυτή δεν εμπλέκεται με την παραγωγή προϊόντων μιας επιχείρησης, αλλά με την προσφορά της τεχνογνωσίας της για την κατασκευή μεγάλων έργων. Η ανάθεση των έργων αυτών γίνεται μετά από προκήρυξη διεθνών διαγωνισμών και συνήθως αφορά στην κατασκευή δημοσίων έργων. Η συμφωνία προβλέπει πως η ανάδοχος επιχείρηση θα αναλάβει εκτός από την κατασκευή, και την πρόσληψη και εκπαίδευση του προσωπικού. Εν ολίγοις, θα παραδώσει το έργο έτοιμο προς λειτουργία («με το κλειδί στο χέρι»). Η χρηματοδότηση επιβαρύνει τον οργανισμό που προκηρύσσει το έργο και η αμοιβή της αναδόχου επιχείρησης γίνεται σταδιακά κατά την εξέλιξη των εργασιών (Χατζηδημητρίου, 2003).

3.1.6 Άμεσες ξένες επενδύσεις (Foreign Direct Investment-FDI)

Οι άμεσες ξένες επενδύσεις προβλέπουν την δημιουργία παραγωγικών εγκαταστάσεων σε μια ξένη χώρα για την παραγωγή προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών για την κάλυψη των αναγκών της χώρας εγκατάστασης αλλά και γειτονικών αγορών. Η μέθοδος αυτή συνεπάγεται τη χρησιμοποίηση κεφαλαίων, τεχνολογίας και ανθρώπινου δυναμικού από την επιχείρηση και επομένως ενέχει υψηλούς επιχειρηματικούς κινδύνους. Παρά τους κινδύνους, αποτελεί μια αποτελεσματική μέθοδο εισόδου σε μια ξένη αγορά και μπορεί να πραγματοποιηθεί με τους ακόλουθους τρόπους:

- **Θυγατρική αποκλειστικής ιδιοκτησίας (Wholly-owned subsidiary)**

Η στρατηγική αυτή συνεπάγεται την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης σε μια ξένη χώρα. Το μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης αυτής ανήκει είτε κατά το 100% είτε κατά ένα μεγάλο ποσοστό στη μητρική επιχείρηση. Με τον τρόπο αυτό, η μητρική επιχείρηση διατηρεί τον πλήρη διοικητικό έλεγχο και

εισπράττει το σύνολο των κερδών αλλά επιβαρύνεται με το σύνολο του κόστους ίδρυσης της θυγατρικής, αναλαμβάνει εξ'ολοκλήρου τους επιχειρηματικούς κινδύνους καθώς και τις δυσκολίες που συνεπάγεται η είσοδός της σε μια νέα αγορά ως «ξένη» επιχείρηση (Ball et al., 2006).

- **Διεθνές κοινοπρακτικό εγχείρημα (*International Joint Venture*)**

Ο όρος διεθνές κοινοπρακτικό εγχείρημα περιγράφει τη συνεργασία α) μιας ή περισσότερων ξένων επιχειρήσεων με μια ή περισσότερες ξένες επιχειρήσεις για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή την ολική εξαγορά μιας υπάρχουσας τοπικής επιχείρησης, β) δύο αλλοδαπών επιχειρήσεων με στόχο τη δραστηριοποίηση σε μια τρίτη αγορά, γ) μιας αλλοδαπής επιχείρησης και ενός κυβερνητικού φορέα και δ) δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων με σκοπό την ολοκλήρωση ενός συγκεκριμένου έργου (Ball et al., 2006). Με τη μέθοδο αυτή, ο τοπικός εταίρος της κοινοπραξίας είναι κάποιος ο οποίος γνωρίζει την αγορά της εν λόγω χώρας και έχει τις απαιτούμενες διασυνδέσεις. Παράλληλα, επιτυγχάνεται καταμερισμός του κόστους επένδυσης και του επιχειρηματικού κινδύνου καθώς και σε ορισμένες περιπτώσεις δίνονται φορολογικά κίνητρα για τη δημιουργία κοινοπραξιών. Ως αποτέλεσμα, μειώνεται ο κίνδυνος εθnikοποίησης της αλλοδαπής επιχείρησης και επιτρέπεται η διάχυση τεχνολογίας και τεχνογνωσίας προς την τοπική επιχείρηση (Χατζηδημητρίου, 2003).

- **Μερική εξαγορά (*Partial Acquisition*)**

Η μερική εξαγορά αφορά την απόκτηση ενός τμήματος του μετοχικού κεφαλαίου μιας τοπικής επιχείρησης. Με τον τρόπο αυτό η αλλοδαπή επιχείρηση αποκτά διοικητικό έλεγχο ανάλογο με το μέγεθος του μετοχικού πακέτου που εξαγοράστηκε. Η μερική εξαγορά δύναται να είναι αμοιβαία με την ανταλλαγή πακέτων μετοχών μεταξύ των επιχειρήσεων (Χατζηδημητρίου, 2003).

3.1.7 Διεθνείς στρατηγικές συμμαχίες (*International/Global strategic alliances*)

Λόγω του συνεχώς αυξανόμενου διεθνούς ανταγωνισμού, του αυξανόμενου κόστους έρευνας, ανάπτυξης νέων προϊόντων και μάρκετινγκ και της ανάγκης άμεσης ανταπόκρισης στις διεθνείς εξελίξεις, πολλές επιχειρήσεις σχηματίζουν διεθνείς στρατηγικές συμμαχίες με πελάτες, προμηθευτές και ανταγωνιστές για την επίτευξη κοινών επιχειρηματικών στόχων. Στην περίπτωση αυτή, ιδιάζοντα ρόλο παίζει η συμπληρωματικότητα των ικανοτήτων των εταίρων και η συμβατότητα της επιχειρηματικής κουλτούρας τους (Ball et al., 2006).

3.1.8 Επενδύσεις χαρτοφυλακίου (*Portfolio investments*)

Με τη μέθοδο αυτή, ο επενδυτής δε συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία αλλά μέσω αγοράς μετοχών, ομολόγων, ξένου συναλλάγματος, διαφοράς επιτοκίων στοχεύει στη δημιουργία υψηλής απόδοσης για τα κεφάλαια του.

3.2 Εξαγωγές

4.2.1 Άμεσες εξαγωγές

Με τις μεθόδους άμεσων εξαγωγών, η παραγωγός επιχείρηση είναι εκείνη η οποία διεκπεραιώνει τις εξαγωγές των προϊόντων της.

- **Τμήμα εξαγωγών**

Ένα τμήμα εξαγωγών είναι δυνατόν να έχει περιορισμένες δυνατότητες και να είναι υπεύθυνο μόνο για τις πωλήσεις στο εξωτερικό ή να είναι αρμόδιο για το σύνολο των εργασιών που απαιτούνται για την πραγματοποίηση των εξαγωγών (Χατζηδημητρίου, 2003).

- **Αντιπρόσωπος στη χώρα εξαγωγής**

Ο αντιπρόσωπος στη χώρα εξαγωγής είναι μια επιλογή στην περίπτωση που ο όγκος των εξαγωγών γίνει τέτοιος ώστε να είναι δύσκολο για την επιχείρηση να χειριστεί την αγορά από απόσταση (Χατζηδημητρίου, 2003).

I. Τοπικός εμπορικός πράκτορας ή εκπρόσωπος

Στις περισσότερες περιπτώσεις είναι μικρές επιχειρήσεις οι οποίες δρουν ως διαμεσολαβητές, βρίσκουν τους πελάτες, διαπραγματεύονται την παραγγελία και τη μεταβιβάζουν στην επιχείρηση. Δεν αγοράζουν τα προϊόντα και επομένως δεν αναλαμβάνουν επιχειρηματικούς κινδύνους.

II. Τοπικός έμπορος ή διανομέας

Συνήθως είναι μεσαίου ή μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις οι οποίες αγοράζουν τα προϊόντα και αναλαμβάνουν την εύρεση των πελατών και τη διανομή των προϊόντων στην εκάστοτε χώρα.

- **Υποκατάστημα στη χώρα εξαγωγής**

Αποτελεί το επόμενο βήμα σε μια αγορά στην οποία οι πωλήσεις παρουσιάζουν άνοδο και οι εξελίξεις χρήζουν στενότερης παρακολούθησης. Το υποκατάστημα δεν είναι μεμονωμένη επιχείρηση αλλά ανήκει στην αρχική επιχείρηση. Λειτουργεί κάτω από ειδικό νομικό καθεστώς και δεν είναι σε θέση να πουλήσει προϊόντα ή να εισπράξει το αντίτιμο των πωλήσεων αλλά διαδραματίζει διαμεσολαβητικό ρόλο (Ball et al., 2006).

- **Θυγατρική εμπορική εταιρεία στη χώρα εξαγωγής**

Η ίδρυση θυγατρικής εμπορικής εταιρείας είναι η καταλληλότερη επιλογή όταν η επιχείρηση παρουσιάζει πολύ καλή πορεία στην αγορά. Η εταιρεία είναι υπεύθυνη για το εμπορικό τμήμα στη συγκεκριμένη χώρα και έχει την αποκλειστικότητα στην πώληση των προϊόντων της μητρικής επιχείρησης (Χατζηδημητρίου, 2003).

3.2.2 Έμμεσες εξαγωγές

Με τις μεθόδους έμμεσων εξαγωγών, η παραγωγός επιχείρηση αναθέτει σε ένα τρίτο άτομο ή επιχείρηση να διεκπεραιώσει αντί αυτής τις εξαγωγικές δραστηριότητές της.

- **Εγχώριος πράκτορας**

Οι εγχώριοι πράκτορες δρουν ως διεθνείς αντιπρόσωποι για διάφορες μη-ανταγωνιζόμενες ξένες επιχειρήσεις. Συνήθως, κατευθύνουν την προώθηση, ελέγχουν τις πωλήσεις, τιμολογούν, αποστέλλουν και διαχειρίζονται τη συναλλαγή. Πληρώνονται προμήθεια για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών στο όνομα του παραγωγού/κατασκευαστή (Ball et al., 2006).

- **Εγχώριος έμπορος**

Οι εγχώριοι έμποροι αγοράζουν προϊόντα απευθείας από τον παραγωγό, τα οποία μεταπωλούν, τιμολογούν και αποστέλλουν στους πελάτες τους στο όνομά τους. Αν οι εγχώριοι έμποροι έχουν την αποκλειστικότητα στην πώληση ενός προϊόντος, τότε ονομάζονται εγχώριοι διανομείς (Ball et al., 2006).

- **Εταιρείες διαχείρισης εξαγωγών**

Οι εταιρείες διαχείρισης εξαγωγών δρουν ως το τμήμα εξαγωγών για πολλές επιχειρήσεις, οι οποίες συνήθως παράγουν συμπληρωματικά προϊόντα.

- **Εταιρείες διεθνούς εμπορίου**

Οι εταιρείες διεθνούς εμπορίου είναι μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες αγοράζουν και πωλούν προϊόντα παγκοσμίως. Μπορεί να έχουν ρόλο αγοραστή και προμηθευτή στον ίδιο πελάτη τους.

3.3 Παράγοντες επιλογής της στρατηγικής εισόδου

Η επιλογή της καταλληλότερης μεθόδου για την είσοδο σε μια νέα αγορά βασίζεται σε παράγοντες όπως η κοινωνικοπολιτική απόσταση ανάμεσα στις δύο χώρες, η τεχνολογική φύση των επενδυτικών έργων και το οργανωτικό και επιχειρηματικό περιβάλλον και πολιτική της χώρας εισόδου.

3.3.1 Κοινωνικοπολιτική απόσταση

Οι διαφορές στην κουλτούρα ανάμεσα στις δύο χώρες αρκετές φορές συνεπάγονται τεράστια κόστη για τη συλλογή πληροφοριών για τη νέα αγορά-στόχο. Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις συναντούν εμπόδια στη μεταφορά της

τεχνολογίας τους σε ένα ξένο προς αυτές περιβάλλον. Το πρόβλημα αυτό αντιμετωπίζεται με τη δημιουργία κοινοπραξιών με τοπικούς εταίρους και την παραχώρηση της διοίκησης εν μέρει σε αυτούς οι οποίοι γενικά μπορούν να χειριστούν καλύτερα τις συγκεκριμένες υποχρεώσεις (Root, 1987).

Επιπλέον, η λειτουργία μιας επιχείρησης στα πλαίσια ενός ξένου περιβάλλοντος αυξάνει τον επιχειρηματικό κίνδυνο, με πιθανή συνέπεια την υποτίμηση της αξίας της επένδυσης και τελικά την επένδυση μικρότερων κεφαλαίων στην κοινοπραξία. Γενικά, έχει παρατηρηθεί πως όσο μεγαλώνει η διαφορά κουλτούρας ανάμεσα στην επιχείρηση και την αγορά-στόχο, τόσο αυξάνεται η πιθανότητα σχηματισμού κοινοπραξιών ως μεθόδου επιλογής για την είσοδο στην τελευταία (Shan, 1991, Hu and Chen, 1993). Βέβαια, έχουν παρατηρηθεί περιπτώσεις κατά τις οποίες επιχειρήσεις απαιτούν τον απόλυτο έλεγχο έτσι ώστε να μπορέσουν να επιβάλλουν το δικό τους τρόπο διακυβέρνησης.

Στην περίπτωση της Κίνας, οι κοινωνικοπολιτικοί δεσμοί με άλλες χώρες έχουν άμεση σχέση με τη γεωγραφική εγγύτητά τους προς την Κίνα. Με βάση αυτό το δεδομένο, οι ξένοι επενδυτές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε τρεις ομάδες: η πρώτη ομάδα είναι οι επενδυτές από το Χονγκ-Κονγκ και την Ταϊβάν. Οι περισσότεροι από αυτούς είναι Κινέζοι ή μοιράζονται την ίδια κουλτούρα με τους Κινέζους. Οι συγκεκριμένοι επενδυτές έχουν το πλεονέκτημα της γλώσσας, των κοινών πολιτιστικών συνηθειών και της πρόσβασης στην κινεζική κοινωνία. Για το λόγο αυτό εξαρτώνται σε μικρότερο βαθμό από τις τοπικές επιχειρήσεις και είναι καλά πληροφορημένοι για την αγορά-στόχο. Σε αρκετές περιπτώσεις μάλιστα, δεν χρειάζεται να σχηματίσουν κοινοπραξίες με τοπικές επιχειρήσεις και αν προβούν σε συνεργασίες συνεισφέρουν το μεγαλύτερο μέρος του κεφαλαίου έτσι ώστε να διατηρούν το διοικητικό έλεγχο.

3.3.2 Έρευνα και ανάπτυξη

Η τεχνογνωσία αποτελεί ένα ιδιαίτερο είδος άυλου περιουσιακού στοιχείου. Είναι βασικό συστατικό της διαπραγματευτικής ισχύος μιας επιχείρησης και επηρεάζει τη μέθοδο εισόδου σε μια νέα αγορά (Buckley and Casson, 1996). Η τεχνογνωσία που απαιτείται για ένα προϊόν, η διαδικασία παραγωγής του και η εμπειρία σε θέματα μάρκετινγκ είναι παράγοντες που σχετίζονται με το

ποσοστό συμμετοχής της επιχείρησης σε κοινοπραξίες. Γενικά, οι επιχειρήσεις επιζητούν μεγαλύτερο έλεγχο στη συνεργασία, όσο αυξάνεται το τεχνολογικό περιεχόμενο του προϊόντος. Αυτό υπολογίζεται ως το πηλίκο των δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη προς τις συνολικές δαπάνες για το προϊόν ή τη διαδικασία (Anderson and Gatignon, 1986). Οι Coughlan and Flaherty (1983) ανακάλυψαν αρνητική συσχέτιση ανάμεσα στις δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη και το ποσοστό των θυγατρικών που συμμετέχουν σε κοινοπραξίες και δε διατηρούν την αποκλειστική ιδιοκτησία. Μεγαλύτερος βαθμός ελέγχου απαιτείται για προϊόντα υψηλής τεχνολογίας και για το λόγο αυτό συνήθως προτιμώνται μέθοδοι εισόδου με δημιουργία θυγατρικών αποκλειστικής ιδιοκτησίας (Williamson, 1979). Παλαιότερη τεχνολογία θα εισέλθει στη νέα αγορά είτε μέσω συμβολαίων παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης, είτε μέσω κοινοπραξιών.

3.3.3 Οι συνθήκες, κίνδυνοι και πολιτική της χώρας-στόχου

Στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες η αβεβαιότητα είναι σημαντικός παράγοντας. Η μεταβλητότητα του επιχειρησιακού περιβάλλοντος μπορεί να έχει διάφορες μορφές, όπως η πολιτική αστάθεια, η απουσία νομικού συστήματος, οι οικονομικές διακυμάνσεις. Σε ιδιαίτερως αβέβαια περιβάλλοντα, οι επιχειρήσεις τείνουν να περιορίζουν τη συμμετοχή τους σε κοινοπραξίες/συμμαχίες και να αποφεύγουν τις επενδύσεις αποκλειστικής ιδιοκτησίας με στόχο τη μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου. Παράλληλα, προσπαθούν να διατηρήσουν όσο το δυνατό μεγαλύτερο διοικητικό έλεγχο (Anderson and Gatignon, 1986).

Επιπρόσθετα, η πολιτική κατάσταση μιας χώρας μπορεί να επηρεάσει το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ξένων επιχειρήσεων. Παράλληλα, η ίδια η κυβέρνηση της χώρας μπορεί να παρέχει κίνητρα τα οποία καθιστούν ελκυστικές συγκεκριμένες μεθόδους επενδύσεων ή να εξαναγκάζει το σχηματισμό κοινοπραξιών με τοπικές επιχειρήσεις.

3.4 Ανακεφαλαίωση

Ανεξάρτητα από την επιλογή της στρατηγικής εισόδου σε μια νέα αγορά, είτε πρόκειται για διεθνή παραγωγή, είτε για εξαγωγές, το νέο προϊόν ή υπηρεσία

διατίθεται στο κοινό και επομένως γίνεται ευάλωτο σε τρίτους που μπορεί να το αντιγράψουν με στόχο να εκμεταλλευτούν τη φήμη του. Για το λόγο αυτό, οι χώρες έχουν διαμορφώσει σχετικά νομικά πλαίσια προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και ανάλογα με το είδος του προϊόντος παρέχεται και η κατάλληλη μέθοδος προστασίας του. Οι μέθοδοι και οι στρατηγικές προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας κατά την άσκηση διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων παρουσιάζονται στη συνέχεια.

Κεφάλαιο 4 - Μέθοδοι προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας

4.1 Πατέντες

Οι πατέντες είναι έγγραφα τα οποία εκδίδονται μετά από αίτηση σε συγκεκριμένα κυβερνητικά όργανα και περιγράφουν μια εφεύρεση, ορίζοντας τις συνθήκες κάτω από τις οποίες αυτή μπορεί να χρησιμοποιηθεί με την άδεια του δημιουργού της. Η προστασία αυτή παρέχεται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα το οποίο είναι συνήθως 20 χρόνια.

Οι πατέντες δεν παρέχουν το δικαίωμα της εκμετάλλευσης της εφεύρεσης στο δημιουργό τους, αλλά την ισχύ να εμποδίσει τη χρήση της από τρίτους χωρίς τη δική του άδεια. Με τον τρόπο αυτό, ο δημιουργός είναι σε θέση να εισπράξει τα υλικά οφέλη τα οποία αντιστοιχούν στην αμοιβή του πνευματικού κόπου του και στην αποζημίωση του κόστους της έρευνας. Παρόλο που η έκδοση μιας πατέντας προσφέρει συγκεκριμένα νομικά δικαιώματα στο δημιουργό της εφεύρεσης, η εφαρμογή τους δεν αποτελεί ευθύνη της πολιτείας και σε περίπτωση παραβίασής τους πρέπει ο ίδιος ο δημιουργός να κινηθεί νομικά εναντίον του παραβάτη (WIPO Intellectual Property Handbook).

Διακρίνονται δύο είδη πατέντας, η πατέντα προϊόντος και η πατέντα διαδικασίας ή μεθόδου. Η προστασία μέσω πατέντας παρέχεται σε συγκεκριμένα είδη εφευρέσεων και ανακαλύψεων τα οποία χαρακτηρίζονται από χρησιμότητα. Για την έκδοση μιας πατέντας πρέπει να τηρούνται οι ακόλουθες πέντε προϋποθέσεις (WIPO Intellectual Property Handbook).

A. Είδος ανακάλυψης

Η έκδοση πατέντας είναι δυνατή αποκλειστικά για συγκεκριμένα είδη ανακαλύψεων. Οι ανακαλύψεις οι οποίες δεν ανήκουν στην κατηγορία αυτή αφορούν:

- Υλικά τα οποία προϋπήρχαν στη φύση.
- Επιστημονικές θεωρίες και μαθηματικές μέθοδοι.
- Φυτά και ζώα (εκτός μικροοργανισμών) και βιολογικές μέθοδοι για την αναπαραγωγή φυτών και ζώων.

- Κανονισμοί και μέθοδοι για τη διενέργεια διανοητικών διεργασιών και παιχνιδιών.

B. Βιομηχανική εφαρμογή

Η εφεύρεση δεν πρέπει να είναι καθαρά θεωρητική αλλά να έχει πρακτική εφαρμογή. Στην περίπτωση που αφορά ένα προϊόν, θα πρέπει να παρέχει τη δυνατότητα της παραγωγής/κατασκευής του προϊόντος αυτού. Αν πάλι αφορά μια διαδικασία, θα πρέπει να είναι δυνατό να εφαρμοστεί η διαδικασία αυτή στην πράξη. Ο όρος «βιομηχανική εφαρμογή» αναφέρεται στη χρησιμοποίηση της εφεύρεσης σε οποιαδήποτε τεχνική ενέργεια συγκεκριμένης κλίμακας. Το νομικό πλαίσιο το οποίο καθορίζει την ύπαρξη ή όχι βιομηχανικής εφαρμογής διαφέρει μεταξύ χωρών.

Γ. Καινοτομία

Η ύπαρξη καινοτομίας είναι μια απαραίτητη προϋπόθεση για την έκδοση πατέντας για μια εφεύρεση. Συγκεκριμένα στις περιπτώσεις αυτές δεν προσδιορίζεται η ύπαρξη αλλά η έλλειψη καινοτομίας σε μια εφεύρεση.

Δ. Διαδικασία εφεύρεσης

Μια εφεύρεση η οποία θεωρείται καινοτόμος θα πρέπει να παρουσιάζει ακόμα ένα χαρακτηριστικό για τη χορήγηση πατέντας. Ο σχεδιασμός της θα πρέπει να διέπεται από ένα «δημιουργικό βήμα» το οποίο δε θα ήταν δυνατό να αποτελεί αποτέλεσμα σκέψης ατόμου μέσης δεξιότητας.

Στις περισσότερες περιπτώσεις το δημιουργικό βήμα κρίνεται ως προς: το πρόβλημα, τη λύση του προβλήματος και τα αποτελέσματα της λύσης. Αν το πρόβλημα είναι γνωστό, τότε η εξέταση θα επικεντρωθεί στην καινοτομία της προτεινόμενης λύσης. Αν η λύση δεν εμπεριέχει δημιουργικό βήμα, τότε θα εξεταστεί κατά πόσο το αποτέλεσμα είναι το αναμενόμενο με βάση την προϋπάρχουσα γνώση. Αν ένα άτομο μέσης δεξιότητας θα μπορούσε να θέσει το πρόβλημα, να προτείνει τη λύση του καθώς και να προβλέψει το αποτέλεσμα, τότε η εφεύρεση στερείται δημιουργικότητας.

E. Περιγραφή διαδικασίας

Τέλος, θα πρέπει να παρέχεται λεπτομερής περιγραφή της εφεύρεσης μέσα στην αίτηση. Η περιγραφή θα πρέπει να κάνει δυνατή τη δημιουργία της εφεύρεσης από ειδικό του συγκεκριμένου κλάδου.

Από καθαρά οικονομική σκοπιά, ο λόγος ύπαρξης του αυτού του συστήματος προστασίας είναι η απόσβεση του χρηματικού ποσού που δαπανήθηκε για την έρευνα η οποία οδήγησε στη συγκεκριμένη ανακάλυψη. Με τον τρόπο αυτό δίνεται στους δημιουργούς η δυνατότητα της είσπραξης του οικονομικού οφέλους που απορρέει από την ανακάλυψή τους. Στην αντίθετη περίπτωση, αν δηλαδή μια επιχείρηση δεν μπορούσε να αποσβέσει την επένδυση της στην έρευνα για καινοτόμα προϊόντα λόγω της ελεύθερης πρόσβασης όλων στη νεοαποκτηθείσα γνώση, τότε τα επίπεδα καινοτομίας θα ήταν ιδιαίτερα χαμηλά (Dam, 1994). Υποστηρίζεται δηλαδή πως η αυστηρή περιφρούρηση της πνευματικής ιδιοκτησίας παρέχει στον εφευρέτη/επιστήμονα το κίνητρο για να συνεχίζει την έρευνα και διασφαλίζει για αυτόν ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο προστατεύονται το κεφάλαιο του και η διαδικασία παραγωγής, διακίνησης και προώθησης της ανακάλυψής του (Kieff, 2000).

Τα τελευταία 25 χρόνια έχει αυξηθεί ο αριθμός των εκδοθέντων πατεντών, γεγονός το οποίο έχει προκαλέσει αρνητικές αντιδράσεις (Merrill et al., 2004). Το βασικό επιχείρημα των επικριτών του συστήματος αυτού είναι ότι η αποκλειστικότητα η οποία προσφέρεται από την έκδοση μιας πατέντας δημιουργεί μονοπωλιακό καθεστώς. Με τον τρόπο αυτό προκαλείται αύξηση της τιμής, περιορίζεται η παραγωγή του προϊόντος καθώς και το πραγματικό όφελος του κοινωνικού συνόλου από την εκάστοτε ανακάλυψη. Το βασικό σφάλμα αυτού του συλλογισμού βέβαια έγκειται στο γεγονός ότι η ισχύς του εφευρέτη να εμποδίσει τη χρήση της ανακάλυψής του από τρίτους χωρίς τη δική του άδεια δεν του παραχωρεί μονοπωλιακή δύναμη (Dam, 1994).

Οικονομικό όφελος βέβαια μπορεί να προκύψει από μια πατέντα. Μια ανακάλυψη η οποία μειώνει το κόστος μιας παραγωγικής διαδικασίας επιτρέπει στον εφευρέτη της την παραγωγή προϊόντων σε υπερ-ανταγωνιστικές τιμές. Αν η ανακάλυψη ήταν διαθέσιμη σε όλους, όλες οι παραγωγικές μονάδες θα ήταν σε θέση να παράγουν το προϊόν σε

χαμηλότερη τιμή εξουδετερώνοντας με τον τρόπο αυτό το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Dam, 1994).

Τα τελευταία χρόνια στον Ο.Η.Ε. έχει προκύψει μια διαφωνία μεταξύ των αντιπροσώπων σχετικά με τη χρονική διάρκεια της πατέντας. Έχει εκδηλωθεί η επιθυμία για μείωση της χρονικής διάρκειας από 15-20 χρόνια σε 5 χρόνια ή ακόμα και 30 μήνες. Η κίνηση αυτή βρίσκει φυσικά αντίθετες όλες τις μεγάλες βιομηχανίες των αναπτυγμένων χωρών, οι οποίες τονίζουν πως το μοναδικό κίνητρο για την επένδυση υπέρογκων χρηματικών ποσών στην έρευνα είναι η μεγάλη χρονική διάρκεια της πατέντας που επιτρέπει την απόσβεση τους.

4.2 Κατατεθέντα σήματα

Ένα κατατεθέν σήμα προστατεύει το αποκλειστικό δικαίωμα της εμπορικής ταυτότητας. Η νομική προστασία για τα κατατεθέντα σήματα κατοχυρώθηκε το 1946. Σύμφωνα με τη νομοθεσία, δίνεται το δικαίωμα της καταχώρησης ενός εμπορικού σήματος από μια επιχείρηση εμποδίζοντας με τον τρόπο αυτό τη χρησιμοποίησή του από τους ανταγωνιστές. Ο πρωταρχικός στόχος της νομοθεσίας είναι η προστασία από τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Με τη νομοθεσία σχετικά με τα κατατεθέντα σήματα περιορίζεται κατά το δυνατόν η παραπλάνηση του αγοραστικού κοινού και μειώνονται τα κόστη συναλλαγών. Με άλλα λόγια, μειώνεται το κόστος των προϊόντων και διευκολύνεται η διαδικασία της αγοραστικής επιλογής. Ταυτόχρονα, μειώνεται η πιθανότητα σύγχυσης του αγοραστικού κοινού σχετικά με την προέλευση και την ποιότητα των προϊόντων (Spinello, 2007).

Ο βαθμός της προστασίας η οποία προσφέρεται στα κατατεθέντα σήματα είναι αντιστρόφως ανάλογος με την ευκολία συσχέτισής τους με το προϊόν το οποίο αντιπροσωπεύουν. Κατατεθέντα σήματα τα οποία χρήζουν ύψιστης προστασίας είναι ιδιαίτερος χαρακτηριστικά, δεν υπάρχει λογική συσχέτιση ανάμεσα σε αυτά και στο εν λόγω προϊόν και η ισχύς τους πηγάζει από τη φυσική συσχέτιση η οποία έχει προκύψει στη συνείδηση του αγοραστικού κοινού λόγω της χρήσης τους για τη σηματοδότηση του συγκεκριμένου προϊόντος (Merges et al., 2000). Κατατεθέντα σήματα με κυριολεκτική έννοια προστατεύονται νομικά μόνο αν μπορεί να αποδειχθεί ότι

το σήμα εμπεριέχει και δευτερεύον νόημα στη συνείδηση των καταναλωτών μετά από τη μακροχρόνια χρήση του για την περιγραφή ενός συγκεκριμένου αγαθού. Δευτερεύον μήνυμα μιας λέξης δημιουργείται όταν μετά από μακροχρόνια χρήση αυτής για να αναφέρεται ένα συγκεκριμένο προϊόν, το αγοραστικό κοινό την έχει συνδέσει με αυτό. Παράδειγμα αποτελεί η λέξη «σκαραβαίος», η οποία εκτός από την κυριολεκτική της έννοια χρησιμοποιείται από το κοινό για το δημοφιλές μοντέλο της Volkswagen.

Η παραβίαση του νόμου για τα κατατεθέντα σήματα γίνεται μέσω της κατάχρησης αυτών για τη σηματοδότηση προϊόντων τα οποία δεν ανήκουν στην επιχείρηση που έχει κατοχυρώσει το σήμα. Ο γενικός κανόνας για την κατάχρηση κατατεθέντων σημάτων είναι η πιθανότητα παραπλάνησης ή σύγχυσης του αγοραστικού κοινού. Παράγοντες που επηρεάζουν την πιθανότητα αυτή είναι η αναγνωρισιμότητα του σήματος, η σχέση των προϊόντων (αν τα προϊόντα συνδέονται με κάποιο τρόπο), η ομοιότητα των σημάτων, τα κανάλια διακίνησης και τέλος στοιχεία που αποδεικνύουν πως πραγματικά προκλήθηκε σύγχυση σχετικά με την προέλευση των προϊόντων (Spinello, 2007).

Οικονομική ζημία μπορεί να προκληθεί σε μια επιχείρηση και από την υπερέκθεση του κατατεθέντος σήματος και τη χρήση του για την προώθηση προϊόντων τα οποία δε σχετίζονται μεταξύ τους, π.χ. η χρήση του σήματος της Disney σε συλλογή αθλητικών ρούχων και υποδημάτων (Magliocca, 2001). Επιπτώσεις στην αξία ενός σήματος μπορεί να έχει και η συσχέτισή του με προϊόντα αμφιβόλου ποιότητας ή φήμης, όπως π.χ. πορνογραφικό υλικό, και νομικά αποτελεί δυσφήμιση της συγκεκριμένης μάρκας (Merges et al., 2000).

Το νομικό πλαίσιο προστασίας των κατατεθέντων σημάτων διαφέρει μεταξύ χωρών κατά το περιεχόμενο και κατά τη διάρκεια προστασίας αυτών. Η τελευταία κυμαίνεται συνήθως από 10 έως 20 χρόνια. Η προστασία αυτή καλύπτεται από τη συνθήκη της Μαδρίτης του 1891 και ισχύει για το μεγαλύτερο τμήμα του κόσμου (WIPO Intellectual Property Handbook). Ένα σημαντικό βήμα προς τον εναρμονισμό των κανόνων προστασίας των κατατεθέντων σημάτων έγινε με την ίδρυση της Υπηρεσίας Εναρμονισμού της Εσωτερικής Αγοράς (Office of Harmonization in the Internal Market – OHIM), η οποία παρέχει προστασία σε όλα τα σήματα των χωρών της Ευρωπαϊκής

Ένωσης καθώς και σε σήματα τα οποία ανήκουν σε επιχειρήσεις με έδρα σε χώρες εκτός Ε.Ε.

4.3 Copyrights

Οι νόμοι προστασίας του copyright παρέχουν στο δημιουργό το αποκλειστικό δικαίωμα δημιουργίας αντιγράφων των έργων του. Το δικαίωμα αυτό ισχύει για τη διάρκεια της ζωής του δημιουργού συν 70 έτη μετά το τέλος της ζωής του. Το copyright απαγορεύει την αναπαραγωγή ενός λογοτεχνικού, μουσικού, δραματικού, καλλιτεχνικού, αρχιτεκτονικού, ακουστικού ή οπτικοακουστικού έργου χωρίς την άδεια του ατόμου που έχει το δικαίωμα αυτό. Το άτομο το οποίο έχει το copyright έχει επίσης το δικαίωμα να παράγει έργα βασισμένα στο αρχικό καθώς και να αναπαράγει το έργο δημοσίως, όπως π.χ. στην περίπτωση ταινιών, μουσικών έργων, δραματικών παραστάσεων (WIPO Intellectual Property Handbook).

Ένα έργο δικαιούται προστασία μέσω του copyright μόνο εάν είναι «πρωτότυπη μορφή έκφρασης». Η πρωτοτυπία δεν απαιτεί δημιουργικότητα, καινοτομία ή αισθητικό όφελος, αλλά πρέπει να έχει καταγραφεί σε κάποιο από μέσο έκφρασης. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί πως οι νόμοι του copyright, ενώ παρέχουν προστασία στη φυσική έκφραση ιδεών, δεν παρέχουν προστασία στις ιδέες, σε γεγονότα, σε αρχές, σε φυσικούς νόμους. Η διχοτόμηση της ιδέας από την έκφρασή της εξασφαλίζει την ελεύθερη «χρήση» της πρώτης από το κοινωνικό σύνολο (Spinello, 2007).

Το copyright έχει συγκεκριμένους περιορισμούς για τη διασφάλιση του κοινωνικού οφέλους. Ένας από τους περιορισμούς αυτούς είναι η «νόμιμη ή δίκαιη χρήση» του υλικού υπό την προστασία του copyright (Goldstein, 1994). Η συγκεκριμένη δικλείδα ασφαλείας παρέχει το δικαίωμα αναφοράς σε τμήματα κειμένων ή αναπαραγωγή τμήματος κινηματογραφικών έργων για ορισμένους σκοπούς όπως κριτική, έρευνα, διδασκαλία και ενημέρωση. Όμως τα όρια τα οποία καθορίζουν το ποσοστό του έργου που επιτρέπεται να αναπαραχθεί δεν είναι σαφώς διατυπωμένα. Στην περίπτωση δικαστικής διαμάχης για το συγκεκριμένο θέμα, τα δικαστήρια χρησιμοποιούν τους τέσσερις παρακάτω παράγοντες για να καθορίσουν τη «νόμιμη χρήση» ενός έργου (Spinello, 2007). Συγκεκριμένα,

- Ο σκοπός και ο χαρακτήρας της χρήσης, π.χ. η χρήση υλικού για εμπορικούς σκοπούς από όπου αναμένεται οικονομικό κέρδος, δεν κρίνεται από τα δικαστήρια ως «νόμιμη χρήση».
- Η φύση του προστατευμένου υλικού – τα έργα τα οποία χαρακτηρίζονται από καινοτομία χρήζουν μεγαλύτερης προστασίας από πρακτικά ή χρηστικά έργα.
- Το ποσοστό του αναπαραχθέντος υλικού ως προς το σύνολο του έργου.
- Η επίδραση της χρήσης στην αξία του αναπαραχθέντος έργου.

Όλες οι αποφάσεις σχετικά με θέματα copyright είναι μεμονωμένες αποφάσεις ανάλογα με την εκάστοτε περίπτωση.

Ένας δεύτερος περιορισμός αφορά την πώληση υλικού υπό την προστασία copyright. Ο περιορισμός αυτός επιτρέπει την μεταπώληση ή την μίσθωση ενός έργου από κάποιον ο οποίος έχει αγοράσει το αρχικό έργο από το δημιουργό του, χωρίς να απαιτείται η άδεια του δημιουργού. Οι περιορισμοί αυτοί υφίστανται για να παρέχεται η ευρεία πρόσβαση του κοινού σε λογοτεχνικά ή άλλα καλλιτεχνικά έργα (WIPO Intellectual Property Handbook). Το νομικό πλαίσιο προστασίας των copyrights παρέχεται από το σύμφωνο της Βέρνης του 1886, το οποίο έχει υπογραφεί από 77 χώρες και το παγκόσμιο σύμφωνο (Universal Copyright Convention) του 1954, με το οποίο συμμορφώνονται 92 χώρες. Οι Η.Π.Α. δεν είχαν προσυπογράψει το σύμφωνο της Βέρνης μέχρι το 1988, οπότε και αναγκάστηκαν να προβούν στην αναγνώρισή του λόγω της αυξημένης ανάγκης προστασίας από την πειρατεία του software ηλεκτρονικών υπολογιστών (WIPO Guide for Understanding Copyright and Related Rights).

Το 1998 υπογράφηκε από τον Bill Clinton το Sony Bono Copyright Term Extension Act (CTEA) αυξάνοντας τη διάρκεια της προστασίας του copyright για 20 επιπρόσθετα χρόνια. Μετά τη συμφωνία αυτή, η προστασία η οποία παρέχεται ισχύει για τη διάρκεια της ζωής του δημιουργού συν 70 έτη μετά το τέλος της. Στην περίπτωση έργων άγνωστων δημιουργών ή κατά παραγγελία έργων, η προστασία παρέχεται για 95 έτη από την ημερομηνία δημοσίευσης ή γνωστοποίησης.

Η προστασία του copyright παρέχεται σε «μορφωτικά και καλλιτεχνικά έργα» και περιλαμβάνει έργα όλων των δημιουργών ανεξάρτητα από την πραγματική μορφωτική ή αισθητική τους αξία. Οι ιδέες οι οποίες εμπεριέχονται στο έργο δεν απαιτείται να είναι πρωτότυπες αλλά η έκφρασή τους πρέπει να είναι η πρωτότυπη δημιουργία ενός ατόμου. Το σύμφωνο της Βέρνης ορίζει τα έργα τα οποία χρήζουν προστασίας μέσω copyright (WIPO Intellectual Property Handbook).

- Βιβλία, φυλλάδια και άλλα συγγράμματα
- Διαλέξεις και κυπηγματα
- Δραματικές και μουσικές παραστάσεις
- Χορογραφίες και παραστάσεις βωβού θεάτρου
- Μουσικές συνθέσεις με ή χωρίς στίχους
- Κινηματογραφικά έργα
- Έργα ζωγραφικής, αρχιτεκτονικής, γλυπτικής, χαρακτηριστικής και λιθογραφίας
- Φωτογραφίες
- Εικονογραφημένα έργα, χάρτες, σχέδια και τρισδιάστατα έργα σχετικά με γεωγραφία, τοπογραφία, αρχιτεκτονική ή επιστήμες
- Μεταφράσεις, προσαρμογές ή άλλες αλλαγές ενός καλλιτεχνικού έργου
- Συλλογές εκπαιδευτικών ή καλλιτεχνικών έργων όπως εγκυκλοπαίδειες και ανθολογίες, οι οποίες λόγω επιλογής και μορφοποίησης του περιεχομένου τους αποτελούν πνευματικές δημιουργίες.

Ο κατάλογος αυτός δεν εξαντλεί όλα τα παραδείγματα έργων τα οποία προστατεύονται από το copyright. Χαρακτηριστικό παράδειγμα έργου το οποίο δεν περιλαμβάνεται στο σύμφωνο της Βέρνης είναι τα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών. Προστασία τους παρέχεται από νόμους συγκεκριμένων κρατών και από το WIPO Copyright Treaty (1996). Ένα πρόγραμμα ηλεκτρονικών υπολογιστών ορίζεται από τη συμφωνία αυτή ως το σύνολο εντολών που ελέγχουν τη λειτουργία ενός υπολογιστή για την ολοκλήρωση μιας συγκεκριμένης εργασίας. Το πρόγραμμα δημιουργείται από

έναν ή και περισσότερους συγγραφείς και στην τελική του μορφή είναι κατανοητό μόνο από τον υπολογιστή και όχι από ανθρώπους (WIPO Guide for Understanding Copyright and Related Rights).

Οι παραγωγές πολυμέσων είναι ακόμα ένα παράδειγμα έργου το οποίο δεν περιλαμβάνεται στο σύμφωνο της Βέρνης. Παρόλο που δεν έχει δοθεί επίσημος και νομικά αποδεκτός ορισμός, μια σύνθεση η οποία περιλαμβάνει συνδυασμό ήχου, κειμένου και εικόνας σε ψηφιακή μορφή και είναι προσβάσιμη μέσω ενός προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή θεωρείται πρωτότυπη μορφή έκφρασης και καλύπτεται από το νομικό πλαίσιο προστασίας του copyright.

Είδος προστασίας

Η βασική αρχή προστασίας οποιασδήποτε ιδιοκτησίας ορίζει πως ο ιδιοκτήτης μπορεί να τη χρησιμοποιήσει όπως επιθυμεί και κανείς άλλος δε δικαιούται να τη χρησιμοποιήσει χωρίς την άδειά του. Ομοίως, και ο δημιουργός ενός έργου το οποίο προστατεύεται από νόμους copyright μπορεί να χρησιμοποιήσει το έργο του όπως επιθυμεί και το έργο δε μπορεί να χρησιμοποιηθεί από άλλον χωρίς την άδεια του δημιουργού του.

Διακρίνονται δύο είδη δικαιωμάτων copyright, συγκεκριμένα οικονομικά και ηθικά δικαιώματα. Τα οικονομικά δικαιώματα δίνουν στο δημιουργό τη δυνατότητα της αποκομιδής των κερδών που προκύπτουν από τη χρήση του έργου του από τρίτους. Τα ηθικά δικαιώματα επιτρέπουν στο δημιουργό να λάβει συγκεκριμένα μέτρα για τη διατήρηση του συνδεδετικού κρίκου ανάμεσα σε αυτόν και το έργο του (Spinello, 2007). Οι περισσότεροι νόμοι συγκεκριμένα αναφέρουν πως ο δημιουργός έχει το δικαίωμα να επιτρέψει ή να εμποδίσει συγκεκριμένες ενέργειες όσον αφορά το έργο του όπως οι παρακάτω (WIPO Guide for Understanding Copyright and Related Rights):

- Αναπαραγωγή του έργου σε διάφορες μορφές
- Διανομή αντιτύπων
- Δημόσια παρουσίαση
- Δημόσια αναμετάδοση
- Μετάφραση

- Προσαρμογή σε λογοτεχνικό έργο ή σενάριο κινηματογραφικής ταινίας ή θεατρικής παράστασης.

4.4 Βιομηχανικά σχέδια

Ένα βιομηχανικό σχέδιο είναι η αισθητική πλευρά ενός χρηστικού αντικειμένου. Το βιομηχανικό σχέδιο αφορά το σχήμα, σχέδιο ή χρώμα του αντικειμένου. Το σχέδιο πρέπει να έλκει οπτικά έτσι ώστε να πραγματοποιεί επιτυχώς τον αντικειμενικό του στόχο. Επιπλέον θα πρέπει να είναι δυνατή η αναπαραγωγή του με βιομηχανικά μέσα. Αυτός είναι ο βασικός στόχος του σχεδίου και για το λόγο αυτό αποκαλείται βιομηχανικό. Από νομικής άποψης, το βιομηχανικό σχέδιο προστατεύει τα μη λειτουργικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος (WIPO Guide to Industrial Property).

Η εξωτερική εμφάνιση ενός προϊόντος είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των καταναλωτών. Όταν η τεχνική απόδοση των προϊόντων τα οποία προσφέρονται από διαφορετικούς κατασκευαστές είναι σχετικά συγκρίσιμη, η απόφαση της αγοράς βασίζεται στην τιμή και την αισθητική του προϊόντος. Επομένως, με την κατοχύρωση των βιομηχανικών σχεδίων, οι κατασκευαστές προστατεύουν ένα από τα βασικά στοιχεία που καθορίζουν την εμπορική επιτυχία. Παράλληλα, η νομική κάλυψη των βιομηχανικών σχεδίων παρέχει κίνητρα για την επένδυση κεφαλαίων στο σχεδιαστικό τμήμα της παραγωγής. Για το λόγο αυτό, οι νόμοι παρέχουν προστασία αποκλειστικά σε σχέδια τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη βιομηχανία και να παραχθούν σε μεγάλες κλίμακες. Η προϋπόθεση της χρησιμότητας είναι αυτή η οποία διαφοροποιεί το βιομηχανικό σχέδιο από το copyright, το οποίο αφορά μόνο αισθητικές δημιουργίες.

Τα βιομηχανικά σχέδια μπορούν να προστατευθούν μόνο αν είναι καινούρια ή πρωτότυπα. Η καταχώρησή τους τα προστατεύει από την εκμετάλλευσή τους χωρίς άδεια και παραχωρεί στον ιδιοκτήτη το αποκλειστικό δικαίωμα της παραγωγής, εισαγωγής, πώλησης, ενοικίασης προϊόντων στα οποία εμφανίζεται το συγκεκριμένο σχέδιο. Η διάρκεια του δικαιώματος αυτού διαφέρει μεταξύ χωρών. Η διάρκεια προστασίας είναι από 10 έως 25 χρόνια (WIPO Guide to Industrial Property). Η μικρότερη χρονική διάρκεια αφορά

σχέδια τα οποία θα έχουν περιορισμένο κύκλο ζωής, συνήθως προϊόντα τα οποία επηρεάζονται από τη μόδα της κάθε περιόδου όπως ρούχα και παπούτσια.

4.5 Εμπορικές ονομασίες

Μια άλλη κατηγορία πνευματικής ιδιοκτησίας αποτελούν οι εμπορικές ονομασίες και τα εμπορικά σήματα. Η εμπορική ονομασία είναι το όνομα το οποίο συνδέεται άμεσα με μια επιχείρηση. Στις περισσότερες χώρες οι εμπορικές ονομασίες καταχωρούνται στις αρμόδιες κυβερνητικές αρχές. Όμως, με βάση το Σύμφωνο του Παρισιού για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας, η εμπορική ονομασία πρέπει να προστατεύεται χωρίς να απαιτείται η υποβολή αίτησης. Προστασία μιας ονομασίας σημαίνει πως δεν επιτρέπεται να γίνει χρήση αυτής από άλλη επιχείρηση στην ίδια μορφή ή σε μορφή η οποία μπορεί να οδηγήσει στη σύγχυση του αγοραστικού κοινού.

Οι εμπορικές ονομασίες προστατεύονται σε όλες τις χώρες που συμμορφώνονται με το Διεθνές Σύμφωνο για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας. Η παραβίαση των κανόνων αυτών οδηγεί στην κατάσχεση των προϊόντων κατά την εισαγωγή τους σε κάποια από τις χώρες-μέλη (WIPO Guide to Industrial Property).

4.6 Γεωγραφικές ενδείξεις

Η γεωγραφική ένδειξη ενός προϊόντος είναι ένα σύμβολο το οποίο υποδεικνύει την προέλευση αυτού και του αποδίδει συγκεκριμένες ιδιότητες ή φήμη οι οποίες συνδέονται με τον τόπο προέλευσης. Τα αγροτικά προϊόντα αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα προϊόντων στα οποία αποδίδονται ιδιότητες ανάλογα με τον τόπο προέλευσης και επηρεάζονται από τοπικούς παράγοντες όπως κλιματολογικές συνθήκες και η σύνθεση της γης. Η χρήση γεωγραφικών ενδείξεων δεν περιορίζεται σε αγροτικά προϊόντα. Μπορεί η ένδειξη να αποδίδει στο προϊόν ιδιότητες που σχετίζονται με ανθρώπινους παράγοντες που απαντώνται στην τοποθεσία προέλευσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα ελβετικά ρολόγια.

Οι γεωγραφικές ενδείξεις προστατεύονται από νόμους για την αντιμετώπιση του αθέμιτου ανταγωνισμού, για την προστασία των καταναλωτών, για την προστασία των κατατεθέντων σημάτων. Στην ουσία, οι γεωγραφικές ενδείξεις δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται από άτομα χωρίς δικαιοδοσία, ιδιαίτερα αν η χρήση τους είναι πιθανό να οδηγήσει σε σύγχυση ή παραπλάνηση του αγοραστικού κοινού. Η παραβίαση των νόμων αυτών τιμωρείται με δικαστικές αποφάσεις οι οποίες είτε εμποδίζουν τη χρήση των γεωγραφικών ενδείξεων, είτε επιβάλλουν χρηματικά πρόστιμα και σε πολύ σοβαρές περιπτώσεις, ποινές φυλάκισης (WIPO Guide to Industrial Property).

4.7 Βιομηχανικά μυστικά

Τα βιομηχανικά μυστικά διαφοροποιούνται από τις άλλες κατηγορίες πνευματικής ιδιοκτησίας. Το βιομηχανικό μυστικό ορίζεται ως οι πληροφορίες που χρησιμοποιούνται για τη λειτουργία μιας επιχείρησης, οι οποίες της παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών που δεν κατέχουν αυτές τις πληροφορίες και μπορούν να αποφέρουν οικονομικά οφέλη με την αποκάλυψη ή χρήση τους. Τα βιομηχανικά μυστικά μπορεί να είναι μυστικές συνταγές (π.χ. η συνταγή της Coca-cola), σχέδια για μελλοντικά έργα, σχέδια προώθησης και παραγωγικές διαδικασίες (Spinello and Tavani, 2005).

Στις περισσότερες χώρες έχουν τεθεί σε ισχύ νόμοι οι οποίοι προστατεύουν τα βιομηχανικά μυστικά επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, οι εργαζόμενοι καλούνται να υπογράψουν συμβόλαια εχεμύθειας κατά την πρόσληψή τους σε επιχειρήσεις.

4.8 Στρατηγικές αντιμετώπισης της πειρατείας

Η ταχύτατη επέκταση των διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων έχει καταστήσει την πειρατεία ως «έγκλημα του 21^{ου} αιώνα». Με τον όρο πειρατεία αναφερόμαστε στην παράνομη εκμετάλλευση ή αναπαραγωγή του έργου κάποιου άλλου. Έχει πιο ευρεία έννοια από την απομίμηση, η οποία ορίζεται ως η ακριβής αντιγραφή ενός πολύτιμου ή σημαντικού αντικειμένου με στόχο την εξαπάτηση τρίτων (Yang et al., 2004). Τα προϊόντα μπορεί να είναι είδη

ένδυσης, παιχνίδια, DVD στην Ασία, φαρμακευτικά προϊόντα στη Λατινική Αμερική, είδη πολυτελείας στην Ευρώπη. Η πειρατεία ως φαινόμενο είναι ιδιαίτερος έντονη σε χώρες με μη αναπτυγμένα συστήματα προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και για το λόγο αυτό οι επιχειρήσεις είναι εξαιρετικά προσεκτικές κατά την άσκηση των εμπορικών τους δραστηριοτήτων στις χώρες αυτές. Για το λόγο αυτό οι επιχειρήσεις έχουν αναπτύξει στρατηγικές για την αντιμετώπιση του φαινομένου της πειρατείας. Οι στρατηγικές οι οποίες χαιρούν ευρύτερης εφαρμογής περιγράφονται στη συνέχεια (Yang et al., 2004).

Στρατηγική 1 – Η στρατηγική Budweiser

Η πιο συνηθισμένη στρατηγική κατά της πειρατείας είναι η στρατηγική Budweiser, η οποία πήρε το όνομά της από την ομώνυμη επιχείρηση. Η στρατηγική αυτή αφορά στη χρήση χαρακτηριστικής σηματοδότησης και συσκευασίας των προϊόντων, επιτρέποντας με τον τρόπο αυτό σε καταναλωτές, διανομείς και προμηθευτές να αναγνωρίζουν εύκολα και γρήγορα τα αυθεντικά προϊόντα. Οι περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν αριθμημένες ετικέτες, ολογράμματα γνησιότητας στις ετικέτες, ετικέτες ασφαλείας ή και συνδυασμούς αυτών. Ορισμένες από τις τεχνικές έχουν ως στόχο την αναγνώριση των γνήσιων προϊόντων από τους καταναλωτές και άλλες αφορούν μόνο διανομείς και προμηθευτές (Yang et al., 2004).

Η μέθοδος αυτή έχει τα πλεονεκτήματά της γιατί εμποδίζει την είσοδο των πειρατικών προϊόντων στα κανάλια διανομής. Από την άλλη πλευρά δε θα είναι ικανή να σταματήσει πιο έμπειρους αντιγραφείς παρά μόνο στην περίπτωση της συνεχούς εναλλαγής των σημείων αναγνώρισης των προϊόντων τους.

Στρατηγική 2 – Η στρατηγική συμμαχίας

Η στρατηγική αυτή αφορά στην υπογραφή συμφωνίας μεταξύ ενός ξένου εταίρου και ενός τοπικού εταίρου η οποία θα ορίζει με σαφήνεια τις υποχρεώσεις του καθενός. Σε περιπτώσεις παραβίασης των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας (στην περίπτωση αυτή από τον τοπικό εταίρο), οι ποινικές κυρώσεις έχουν αποφασιστεί από την αρχή της συνεργασίας και με τον τρόπο αυτό αποφεύγονται οι μακροσκελείς και δαπανηρές δικαστικές

διαμάχες για την επίλυση των διαφωνιών. Η στρατηγική αυτή δέχεται το μεγαλύτερο πλήγμα από τις διαφορές κουλτούρας μεταξύ εταίρων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η διαφορετική αντιμετώπιση των συμβολαίων μεταξύ Ευρωπαίων και Κινέζων εταίρων. Ενώ οι Ευρωπαίοι αντιμετωπίζουν τα συμβόλαια ως δεσμευτικές συμφωνίες, οι Κινέζοι θεωρούν πως η συνεργασία πρέπει να βασίζεται στην εμπιστοσύνη και το σεβασμό με το συμβόλαιο να διαδραματίζει μόνο συμβουλευτικό ρόλο (Yang et al., 2004).

Στρατηγική 3 – Η στρατηγική Coca-Cola

Η στρατηγική αυτή μειώνει την τιμή των αυθεντικών προϊόντων, έτσι ώστε να ελαττώσει την απόσταση τιμής ανάμεσα σε αυτά και τις απομιμήσεις τους. Η Coca-Cola είναι μια επιχείρηση η οποία εκμεταλλεύθηκε με επιτυχία τη στρατηγική αυτή στην Κίνα. Με τον τρόπο αυτό δεν άφησε περιθώρια κέρδους στην πειρατεία, η οποία στις περισσότερες περιπτώσεις εκμεταλλεύεται τα υψηλά κόστη έρευνας, παραγωγής και διαφήμισης των αυθεντικών προϊόντων προσφέροντας τα αντίγραφα σε ιδιαίτερα χαμηλές τιμές. Η μείωση των τιμών των αυθεντικών προϊόντων μπορεί να διεκδικήσει ένα μεγάλο τμήμα του αγοραστικού κοινού. Ο βασικός λόγος αγοράς ενός αντιγράφου είναι η χαμηλή τιμή του αλλά την ίδια στιγμή ενέχει πάντα ο κίνδυνος της χαμηλότερης ποιότητας αυτού. Αν το αυθεντικό προϊόν είναι σε ανταγωνιστική τιμή, τότε οι καταναλωτές θα προτιμήσουν αυτό έναντι του αντιγράφου (Yang et al., 2004).

Βέβαια, η αποτελεσματικότητα της στρατηγικής περιορίζεται από μεταβλητές ανάλογα με την επιχείρηση. Πρώτον, η στρατηγική αυτή μπορεί να μην έχει αποτέλεσμα στην ομάδα των καταναλωτών οι οποίοι συνειδητά αγοράζουν τα αντίγραφα λόγω της χαμηλότερης τιμής τους. Δεύτερον, η στρατηγική αυτή δε θα μπορεί να εφαρμοστεί σε επιχειρήσεις με μεγάλα κόστη σε έρευνα και τεχνολογία τα οποία θα πρέπει να αποσβεστούν μέσω την τιμής του προϊόντος. Τέλος, η στρατηγική αυτή προϋποθέτει πως ο καταναλωτής είναι σε θέση να διαχωρίσει το γνήσιο προϊόν από την απομίμηση.

Στρατηγική 4 – Η στρατηγική Microsoft

Η επίβλεψη και παρακολούθηση των αγορών και των ανταγωνιστικών προϊόντων είναι μια συνήθης στρατηγική η οποία υιοθετήθηκε από τη Microsoft στην περίπτωση της αγοράς της Κίνας (Yang et al., 2004). Η στρατηγική αυτή εμπεριέχει πολλές κινήσεις:

- συνεργασία με τα τελωνεία για να εμποδιστεί η είσοδος των αντιγράφων στη χώρα
- συμφωνίες με διανομείς και εισαγωγείς για τον λεπτομερή έλεγχο των προϊόντων.
- προσωπικό εκπαιδευμένο στον εντοπισμό των αντιγράφων.

Στρατηγική 5 – Ο διακανονισμός

Μια άλλη μέθοδος αντιμετώπισης είναι ο οικονομικός διακανονισμός με τους πειρατές. Το πλεονέκτημα της είναι η ταχύτητα της επίλυσης του προβλήματος καθώς και η αποφυγή της δικαστικής οδού η οποία είναι χρονοβόρα με αμφίβολο αποτέλεσμα. Ακόμα και αν οι διαπραγματεύσεις αποβούν άκαρπες, η επιχείρηση θα έχει συλλέξει πολύτιμες πληροφορίες οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν στο δικαστήριο για την ενίσχυση της θέσης της εναντίον των πειρατών (Yang et al., 2004).

Στρατηγική 6 – Η εξαγορά

Σύμφωνα με τη στρατηγική αυτή, η επιχείρηση αναζητά την πηγή των πειρατικών προϊόντων και κρίνει εάν η παραγωγική διαδικασία και οι εγκαταστάσεις των πειρατών έχουν την απαιτούμενη ποιότητα ώστε να απορροφηθούν από την ίδια την επιχείρηση. Οι αντιδράσεις των πειρατών σε μια τέτοια προσφορά ποικίλουν αλλά σε αρκετές περιπτώσεις αισθάνονται πως αποτελεί τιμή για αυτούς να συμπεριληφθούν σε μια γνωστή μάρκα προϊόντων και να νομιμοποιήσουν την επιχείρησή τους (Yang et al., 2004).

Τα οφέλη από μια τέτοια κίνηση είναι σημαντικά. Εμποδίζεται η παραγωγή των πειρατικών προϊόντων, γίνεται χρήση νέων παραγωγικών μονάδων και διαδικασιών οι οποίες πιθανώς να μειώσουν το κόστος παραγωγής του αυθεντικού προϊόντος. Στην περίπτωση που δεν επιτευχθεί συμφωνία μεταξύ των επιχειρήσεων, η αυθεντική επιχείρηση θα έχει συλλέξει

αρκετά στοιχεία για να παραδώσει την πειρατική επιχείρηση στις αρμόδιες αρχές.

Στρατηγική 7 – Η στρατηγική DuPont

Η στρατηγική αυτή έχει πάρει το όνομά της από την πρώτη επιχείρηση η οποία την υιοθέτησε, η E.I. du Pont de Nemours and Co. Το 1983, οι κινεζικές αρχές αρνήθηκαν στην επιχείρηση την καταχώρηση της εμπορικής ονομασίας «Freon» γιατί οι καταναλωτές και οι κατασκευαστές στη χώρα είχαν ήδη υιοθετήσει το ηχητικό συνώνυμο της για το γνωστό ψυκτικό υλικό. Η επιχείρηση επανέλαβε την αίτηση παρουσιάζοντας στοιχεία τα οποία αποδείκνυαν πως η DuPont ήταν η δημιουργός και η πρώτη επιχείρηση η οποία χρησιμοποίησε τον όρο «Freon», ο οποίος είχε καταχωρηθεί από το 1931 σε 91 χώρες. Τελικά, η κινεζική κυβέρνηση καταχώρησε την εμπορική ονομασία και απαγόρευσε την προηγούμενη χρήση της. Η στρατηγική αυτή δεν έχει σίγουρα αποτελέσματα, ενώ είναι δαπανηρή και χρονοβόρα για τις επιχειρήσεις (Yang et al., 2004).

Στρατηγική 8 – Η στρατηγική της Manchester United plc.

Η στρατηγική αυτή αφορά στη συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις οι οποίες δρουν στη χώρα του ενδιαφέροντος για τη λήψη συλλογικών μέτρων άσκησης πίεσης και στις πειρατικές επιχειρήσεις αλλά και στα αρμόδια όργανα. Οι συμμαχίες αυτές επιτρέπουν την ανταλλαγή εμπειριών και τη λήψη συλλογικής δράσης κατά του κοινού τους προβλήματος. Ως συμμαχίες έχουν μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη με τις κυβερνήσεις και επιτυγχάνουν καλύτερα αποτελέσματα (Yang et al., 2004).

Στρατηγική 9 – Συνεργασία με την κυβέρνηση

Η συνεργασία με την εκάστοτε κυβέρνηση και τα αρμόδια όργανα είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι αρχές μπορεί να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην αντιμετώπιση του προβλήματος της πειρατείας, μέσω κινήσεων όπως οι κατασχέσεις και οι έφοδοι. Βέβαια, βοήθεια από κρατικά όργανα θα δοθεί μόνο στις περιπτώσεις εκείνες που υπάρχουν αδιάσειστα στοιχεία για την ενοχή μιας επιχείρησης. Η γραφειοκρατία αποτελεί το βασικό εμπόδιο στη

στρατηγική αυτή αλλά και πάλι θεωρείται προτιμότερη οδός από την καταφυγή σε δικαστήριο (Yang et al., 2004).

Στρατηγική 10 – Ενημέρωση καταναλωτών

Η ενημέρωση των καταναλωτών είναι μια στρατηγική η οποία απαιτεί χρόνο και δύναται να γίνει με πολλούς τρόπους. Η πιο άμεση προσέγγιση είναι η αφύπνιση των καταναλωτών μέσω της διαφήμισης τονίζοντας τη σημασία των πιστοποιητικών γνησιότητας και παρουσιάζοντας μεθόδους αναγνώρισης της αυθεντικότητας των προϊόντων. Η μέθοδος αυτή έχει μεγάλο κόστος και απαιτεί μεγάλο χρόνο προετοιμασίας αλλά μπορεί να είναι εξαιρετικά αποτελεσματική. Για την επιτυχία της, πρέπει να ληφθούν υπόψη τα ενδιαφέροντα των καταναλωτών, το αίσθημα κοινωνικής ευθύνης, και το επίπεδο κατανόησης και επεξεργασίας των πληροφοριών (Yang et al., 2004).

Στον πίνακα 4.1 παρουσιάζονται περιληπτικά οι δέκα στρατηγικές για την αντιμετώπιση της πειρατείας οι οποίες αναφέρθηκαν στο κεφάλαιο αυτό, τα μέτρα τα οποία περιλαμβάνουν και τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κάθε στρατηγικής.

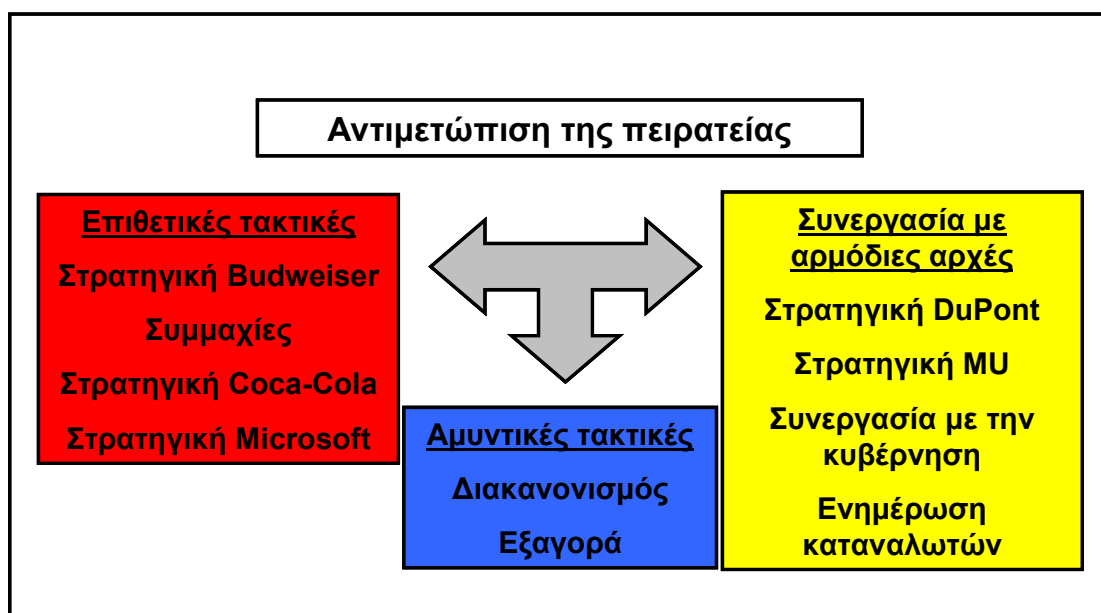
Στρατηγική	Μέτρα	Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
Επιθετικές στρατηγικές			
Budweiser	Χαρακτηριστική σηματοδότηση και συσκευασία των προϊόντων	Εμπόδια στην είσοδο πειρατικών προϊόντων στα κανάλια διανομής	Κόστος και εργατικό δυναμικό
Συμμαχία	Συμβόλαια και επίβλεψη	Τήρηση διαδικασιών παραγωγής	Μακροσκελείς διαπραγματεύσεις
Coca-Cola	Μείωση τιμής	Προσελκύει τους καταναλωτές στην αγορά γνήσιων προϊόντων	Δεν είναι δυνατή η εφαρμογή σε προϊόντα υψηλής τεχνολογίας
Microsoft	Παρακολούθηση παραγωγής και διανομής	Έλεγχος και γνώση της αγοράς	Κόστος
Αμυντικές στρατηγικές			

Διακανονισμός	Οικονομικός διακανονισμός με την πειρατική επιχείρηση	Άμεσο αποτέλεσμα	Μακροσκελείς διαπραγματεύσεις
Εξαγορά	Εξαγορά της πειρατικής επιχείρησης	Άμεσο αποτέλεσμα – Πιθανή μείωση κόστους παραγωγής (μακροπρόθεσμα)	Οικονομικές απώλειες (βραχυπρόθεσμα)
Συνεργασία με τις αρχές			
DuPont	Επανάληψη αίτησης για καταχώρηση εμπορικής ονομασίας ή σήματος	Διόρθωση λανθασμένων καταχωρήσεων	Αβέβαιο αποτέλεσμα, μεγάλο κόστος και χρονοβόρες διαδικασίες
Manchester United	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις για ανταλλαγή εμπειριών και λήψη συλλογικών μέτρων	Ενδυνάμωση διαπραγματευτικής ισχύος με την κυβέρνηση	Απαιτεί οργάνωση και συντονισμένη δράση
Συνεργασία με την κυβέρνηση	Υποστήριξη από την κυβέρνηση και από αρμόδια όργανα	Δημοσιοποίηση προβλήματος, βελτίωση σχέσεων με την κυβέρνηση και απόκτηση φήμης	Γραφειοκρατία και χρονοβόρες διαδικασίες
Ενημέρωση καταναλωτών	Διαφήμιση σε ΜΜΕ, εμπορικά κέντρα κ.α.	Απόκτηση φήμης, αλλαγή νοοτροπίας του αγοραστικού κοινού	Κόστος, χρονοβόρα διαδικασία και αβέβαια αποτελέσματα

Πίνακας 4.1 – Στρατηγικές προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας: πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα (Yang et al., 2004).

Οι δέκα στρατηγικές κατηγοριοποιούνται σε τρεις βασικές ομάδες: επιθετικές τακτικές, αμυντικές τακτικές και συνεργασία με τις αρμόδιες αρχές (Εικόνα 4.1). Ανεξάρτητα από την επιλογή της στρατηγικής, κάποιες βασικές παρατηρήσεις είναι κοινές για όλες τις επιχειρήσεις σε όλες τις βιομηχανίες, τομείς και χώρες. Πρώτον, τα στελέχη πρέπει να υιοθετήσουν μια κοινή αντιμετώπιση γιατί η πειρατεία αποτελεί ένα συνεχές και αναπόφευκτο

πρόβλημα καθώς και μια οικονομική πρόκληση. Δεύτερον, οι επιχειρήσεις πρέπει να αποδεχτούν τα κόστη τα οποία συνδέονται με την καταπολέμηση της πειρατείας και να μεριμνήσουν για την κατανομή κονδυλίων για το σκοπό αυτό. Τέλος, κατά τον τρόπο με τον οποίο μεταβάλλεται το διεθνές επιχειρησιακό περιβάλλον, κατά τον ίδιο τρόπο θα μεταβάλλεται και το πρόβλημα της πειρατείας. Η επίλυση ενός θέματος δε σημαίνει πως δε θα προκύψει ένα διαφορετικό πρόβλημα στη συνέχεια. Η πειρατεία θα παρατηρείται πάντοτε σε όλες τις αγορές όπου υπάρχουν δημοφιλή προϊόντα και μεγάλη ζήτηση και δεν πρόκειται ποτέ να είναι στατική.



Εικόνα 4.1 – Στρατηγικές αντιμετώπισης της πειρατείας

4.9 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό έγινε μια αναφορά στις μεθόδους προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Οι μέθοδοι αυτές μπορούν να διαχωριστούν στην προστασία η οποία προσφέρεται από τα σχετικά νομικά πλαίσια προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων και στα μέτρα τα οποία λαμβάνονται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι ακόλουθες μέθοδοι: Οι πατέντες είναι έγγραφα τα οποία εκδίδονται για την προστασία συγκεκριμένων ανακαλύψεων, τις οποίες περιγράφουν και ορίζουν τις

συνθήκες κάτω από τις οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν με την άδεια των δημιουργών τους. Τα κατατεθέντα σήματα προστατεύουν το αποκλειστικό δικαίωμα της εμπορικής ταυτότητας. Η καταχώρηση ενός εμπορικού σήματος από μια επιχείρηση εμποδίζει τη χρησιμοποίησή του από τους ανταγωνιστές και επιτρέπει τη σύνδεση σήματος και προϊόντος στη συνείδηση του αγοραστικού κοινού. Με τη μέθοδο αυτή περιορίζεται η παραπλάνηση ή η σύγχυση των καταναλωτών, διευκολύνεται η διαδικασία της αγοραστικής επιλογής και μειώνονται τα κόστη συναλλαγών. Το copyright είναι το αποκλειστικό δικαίωμα ενός δημιουργού να αναπαράγει δημοσίως και να δημιουργήσει αντίγραφα του έργου του. Το έργο πρέπει να αποτελεί «πρωτότυπη μορφή έκφρασης», χωρίς όμως να απαιτείται δημιουργικότητα, καινοτομία ή αισθητικό όφελος και συνήθως είναι μορφωτικά έργα ή καλλιτεχνικές δημιουργίες. Τα βιομηχανικά σχέδια αποτελούν την αισθητική πλευρά ενός χρηστικού αντικειμένου, με άλλα λόγια την εξωτερική εμφάνιση ενός προϊόντος. Η παροχή προστασίας σε αυτά απαιτείται λόγω του ρόλου τους στην αγοραστική επιλογή και στην αναγνωρισιμότητα ενός προϊόντος. Οι εμπορικές ονομασίες και τα εμπορικά σήματα αποτελούν μια κατηγορία πνευματικής ιδιοκτησίας. Η προστασία μιας ονομασίας σημαίνει πως δεν επιτρέπεται η χρήση αυτής από μια άλλη επιχείρηση σε οποιαδήποτε μορφή μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση του αγοραστικού κοινού. Οι γεωγραφικές ενδείξεις είναι σύμβολα τα οποία υποδεικνύουν την προέλευση ενός προϊόντος και του αποδίδουν συγκεκριμένες ιδιότητες οι οποίες συνδέονται με τον τόπο προέλευσης. Προστατεύονται από νόμους για την αντιμετώπιση του αθέμιτου ανταγωνισμού, για την προστασία των καταναλωτών και την προστασία των κατατεθέντων σημάτων. Τα βιομηχανικά μυστικά αποτελούν μια ιδιαίτερη κατηγορία πνευματικής ιδιοκτησίας και περιλαμβάνουν τις πληροφορίες που απαιτούνται για τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Στις πληροφορίες αυτές βασίζεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης και προστασία παρέχεται τόσο από τους σχετικούς νόμους όσο και από τις συμφωνίες εχεμύθειας τις οποίες καλούνται να υπογράψουν οι εργαζόμενοι κατά την πρόσληψή τους σε επιχειρήσεις.

Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι στρατηγικές που έχουν αναπτύξει οι επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση του φαινομένου της πειρατείας. Οι στρατηγικές αυτές μπορεί να είναι επιθετικές, αμυντικές ή να απαιτούν

συνεργασία με αρμόδιες αρχές, έχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα και η επιλογή ανάμεσα σε αυτές γίνεται κατά βιομηχανία, προϊόν και περίπτωση.

Κεφάλαιο 5 - Εισαγωγή νομικού πλαισίου προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και αποτελέσματα στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες – Η περίπτωση της Κίνας.

Στη σύγχρονη εποχή, οι περισσότερες αν όχι όλες οι χώρες έχουν ενεργεία πρακτικές για την απόκτηση πληροφοριών και τεχνολογίας από το εξωτερικό. Στην περίπτωση των αναπτυσσόμενων χωρών, η ανάγκη αυτή γίνεται επιτακτική γιατί δεν έχουν την υποδομή για την παραγωγή δικών τους νέων προϊόντων. Μια διεθνής επιχείρηση μέσω των άμεσων ξένων επενδύσεων (Foreign Direct Investment – FDI) και των συμφωνιών παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης (licencing) αποτελεί αγωγό εισόδου των νέων τεχνολογιών στην εκάστοτε χώρα. Η προθυμία όμως των αναπτυσσόμενων χωρών να επιτρέψουν τη ροή της τεχνολογίας στις χώρες αυτές (μέσω διεθνών επενδύσεων των επιχειρήσεων τους) εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ύπαρξη νομικού πλαισίου προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας στις χώρες αυτές (Rader, 1996). Βέβαια, η ύπαρξη νόμων προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας δεν επαρκεί για να τονώσει την εισροή νέων προϊόντων στις αναπτυσσόμενες χώρες. Οι υπάρχοντες νόμοι πρέπει να είναι ισχυροί, αυστηροί και κυρίως να εφαρμόζονται.

Από την οπτική γωνία των αναπτυσσόμενων χωρών, υπάρχει μια ευαίσθητη ισορροπία ανάμεσα στην προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και στην απελευθέρωση ενός τμήματος της γνώσης για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης. Είναι αναμενόμενο οι χώρες εκείνες οι οποίες είναι κυρίως «χρήστες» εισαγόμενης πνευματικής ιδιοκτησίας να μην έχουν ως πρωταρχικό στόχο την προστασία αυτής, σε σύγκριση πάντα με τις χώρες εκείνες οι οποίες είναι «παραγωγοί» πνευματικής ιδιοκτησίας (Pasco, 1998). Χαρακτηριστικά, υποστηρίζεται πως η αντιγραφή ξένης πνευματικής ιδιοκτησίας είναι απαραίτητη στα πρώτα στάδια της εξέλιξης μιας χώρας από αναπτυσσόμενη σε αναπτυγμένη, όπως στην περίπτωση της Ιαπωνίας (Cheetham, 1998). Στον αντίποδα βέβαια της άποψης αυτής τίθεται η αναγκαιότητα για την οικονομική εξέλιξη μιας χώρας της συμμετοχής της στο

διεθνές εμπόριο, γεγονός το οποίο θα ήταν δύσκολο αν η χώρα αυτή είχε «κακή φήμη». Πλέον, η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας αποτελεί κυρίαρχο στοιχείο σε όλες τις διεθνείς εμπορικές διαπραγματεύσεις (Lin, 1996).

Εντούτοις, η εισαγωγή αυστηρών νόμων και η εφαρμογή τους επιφέρει ορισμένο κόστος στην εν λόγω χώρα. Η χρήση των εγκεκριμένων προϊόντων και κυρίως στην περίπτωση προϊόντων υψηλής τεχνολογίας συνοδεύεται από το κόστος της αγοράς τους ή το κόστος της άδειας χρήσης τους. Βέβαια, χωρίς το νομικό πλαίσιο προστασίας η χώρα ορθώνει ένα εμπόδιο το οποίο περιορίζει την είσοδο νέων προϊόντων αλλά και την αποδοχή των εξαγόμενων προϊόντων (Bosworth and Yang, 2000).

Η Κίνα αποτελεί ίσως την πιο ενδιαφέρουσα περίπτωση για τη μελέτη της συσχέτισης μεταξύ της νομοθεσίας για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και την είσοδο νέων τεχνολογιών μέσω συμφωνιών παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης. Η αντιμετώπιση της Κίνας στα θέματα δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας έχει μεταβληθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια. Οι Ευρωπαϊκές χώρες και οι Η.Π.Α. έχουν εν ενεργεία συστήματα προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας για πολλά χρόνια. Στον αντίποδα βρίσκεται η Κίνα η οποία παρείχε ελάχιστη έως μηδαμινή προστασία μέχρι πρόσφατα για πολιτικούς λόγους και λόγους φιλοσοφίας. Η αλλαγή της κατάστασης αυτής ξεκίνησε από το 1982 όταν εφαρμόστηκε για πρώτη φορά σχετική νομοθεσία (Πίνακας 1).

Επιπρόσθετα, η κινεζική κυβέρνηση έδειξε την επιθυμία της για τη βελτιστοποίηση και τον εκμοντερνισμό του συστήματος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας με τη συμμετοχή της σε αρμόδιους οργανισμούς και την υπογραφή διεθνών συμφώνων (Πίνακας 2).

Στο σύνολό τους, οι ενέργειες αυτές υποδεικνύουν τη θετική πλέον στάση της Κίνας προς την παροχή νομικού πλαισίου προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Η εισαγωγή της νομοθεσίας ξεκίνησε στη δεκαετία του 1980 και μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα επιτεύχθηκε η σύσταση ενός ολοκληρωμένου συστήματος. Μέσα από μια σειρά αναθεωρήσεων (Πίνακας 1), το νομικό πλαίσιο πέρασε από την ασάφεια στην πλήρη διαφάνεια (Wegner, 1996).

Νομοθεσία	Έτος
Κατατεθέντα σήματα	1982 και 1993
Πατέντες	1984 και 1992
Copyright	1990
Νομοθεσία για λογισμικά Η/Υ	1991
Ρυθμίσεις νομοθεσίας - copyright	1991
Ρυθμίσεις νομοθεσίας – πατέντες	1992
Ρυθμίσεις νομοθεσίας – κατατεθέντα σήματα	1988 και 1993
Ρύθμιση ποινών – copyright	1994

Πίνακας 1 – Νομοθετικές ρυθμίσεις για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας στην Κίνα για την περίοδο 1982-1994 (Bosworth and Yang, 2000).

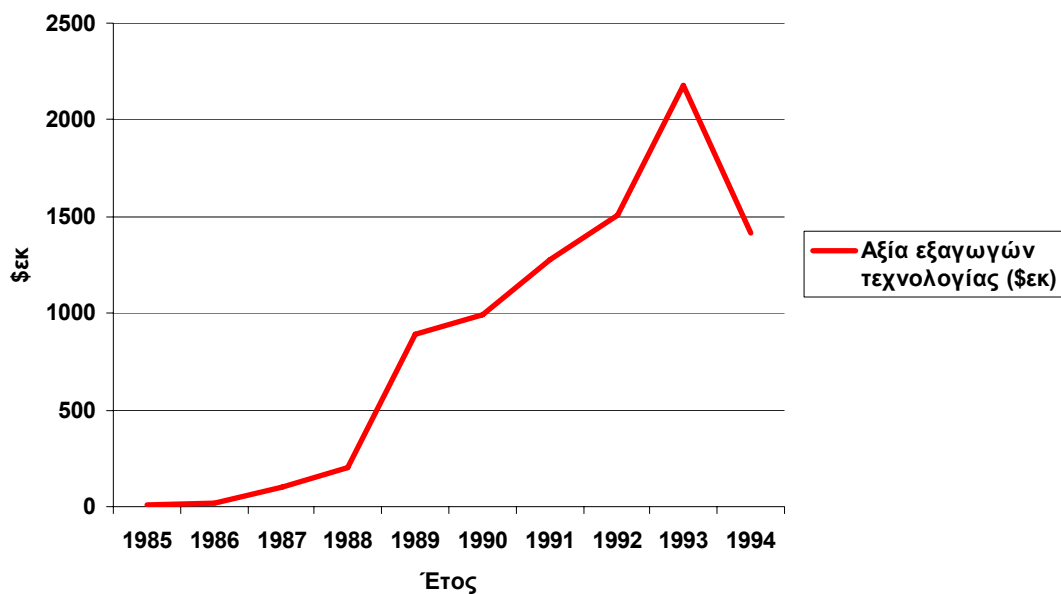
Διεθνής Νομοθεσία	Έτος
WIPO	1980
Συνθήκη Παρισιού για την προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας	1985
Συμφωνία Μαδρίτης για τη διεθνή καταχώρηση εμπορικών σημάτων	1989
Συνθήκη Βέρνης για την προστασία λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων	1992
Συνθήκη Γενεύης για την προστασία ηχητικών έργων	1993
Universal Copyright Convention	1992
Συνθήκη συνεργασίας – πατέντες	1994
TRIPS – υπογραφή συμφώνου	1994

Πίνακας 2 – Διεθνείς νομοθετικές συνθήκες για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και ημερομηνίες υπογραφής τους από την Κίνα (Bosworth and Yang, 2000).

Η εξέλιξη αυτή ήταν η φυσική συνέπεια εξωτερικών και εσωτερικών επιρροών και γεγονότων. Ιστορικά, η σχέση της Κίνας με τις αναπτυγμένες χώρες έχει χαρακτηριστεί από περιόδους επιβολής και οικονομικής εισβολής.

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ξενοφοβική στάση της Κίνας τόσο στις πολιτικές όσο και στις οικονομικές σχέσεις της με άλλες χώρες κατά τις δεκαετίες 1950 και 1960. Στη δεκαετία του 1970, η κινεζική κυβέρνηση είχε αναγνωρίσει την ανάγκη πρόσβασης σε νέες πληροφορίες και τεχνολογίες με στόχο τη βελτίωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητάς της και επομένως του ρυθμού ανάπτυξής της. Παρόλο το μέγεθος της οικονομίας και τον πληθυσμό, η Κίνα παρέμενε μια χώρα του τρίτου κόσμου η οποία δεν ήταν σε θέση να δημιουργήσει τον απαιτούμενο όγκο γνώσης και τεχνολογίας για να ανταπεξέλθει στις συνεχώς αυξανόμενες αναπτυξιακές ανάγκες. Υπήρχαν παραδείγματα άλλων χωρών που είχαν επιτύχει ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης όπως η Σιγκαπούρη, μέσω της εισροής τεχνολογίας από τις άμεσες ξένες επενδύσεις. Το Δεκέμβριο του 1978, η κινεζική κυβέρνηση εδραίωσε μια νέα πολιτική προς τις ξένες επενδύσεις ανοίγοντας την οικονομία της χώρας. Τον Ιούλιο του 1979 ψηφίστηκε ο πρώτος νόμος σχετικά με τις διεθνείς κοινοπρακτικές επιχειρήσεις. Η εισροή ξένων κεφαλαίων και τεχνολογίας στην Κίνα απαιτούσε όμως και μια αλλαγή στον τρόπο προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η πίεση αυτή οδήγησε στην έναρξη της δημιουργίας νομικού πλαισίου από το 1980 και μετά.

Παράλληλα, δημιουργήθηκε και η ανάγκη προστασίας της εγγενούς τεχνολογίας. Τα επίπεδα των εξαγωγών τεχνολογίας από την Κίνα ήταν πάντα συγκριτικά χαμηλότερα από τα επίπεδα των εισαγωγών. Μετά το άνοιγμα της οικονομίας, οι εξαγωγές της Κίνας απέκτησαν σημασία και επομένως δημιουργήθηκε η ανάγκη προστασίας τους.



Εικόνα 5.1 – Η αξία των εξαγωγών τεχνολογίας από την Κίνα για την περίοδο 1985-1994 σε εκατομμύρια δολάρια.

Οι εξωτερικές πιέσεις οι οποίες δέχτηκε η Κίνα για τη δημιουργία νομικού πλαισίου προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας ήταν ίσως ο ισχυρότερος παράγοντας που την ώθησε προς την κατεύθυνση αυτή. Οι αναπτυσσόμενες χώρες, και κυρίως οι Η.Π.Α., απαίτησαν τη δημιουργία νομοθεσίας η οποία να προστατεύει τα πνευματικά δικαιώματά τους στην Κίνα, γεγονός το οποίο αρχικά είχε προκαλέσει σειρά από διαμάχες μεταξύ της Κίνας και των Η.Π.Α. (Sherwood, 1990). Ως αποτέλεσμα, υπογράφηκαν διμερείς και διεθνείς συνθήκες μεταξύ αρκετών αναπτυσσόμενων και αναπτυσσόμενων χωρών. Η πιο σημαντική από αυτές είναι η συνθήκη TRIPS, σύμφωνα με την οποία οι χώρες οι οποίες σκοπεύουν να εισέλθουν στη διεθνή αγορά θα πρέπει εντός πέντε ετών να εισάγουν και να εφαρμόσουν νομοθεσία προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας ίδιου επιπέδου με τις αναπτυσσόμενες χώρες (Zheng, 1996).

Η πρώτη αντιπαράθεση με τις Η.Π.Α. για θέματα σχετικά με την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας έγινε το 1979 κατά τις συνομιλίες του “Sino-US High Energy Physics Agreement” και του “Sino-US Trade Agreement” (Zheng, 1996). Οι διαπραγματεύσεις ανάμεσα στις δύο χώρες είχαν πέσει σε τέλμα λόγω διαφωνιών σχετικά με την προστασία της

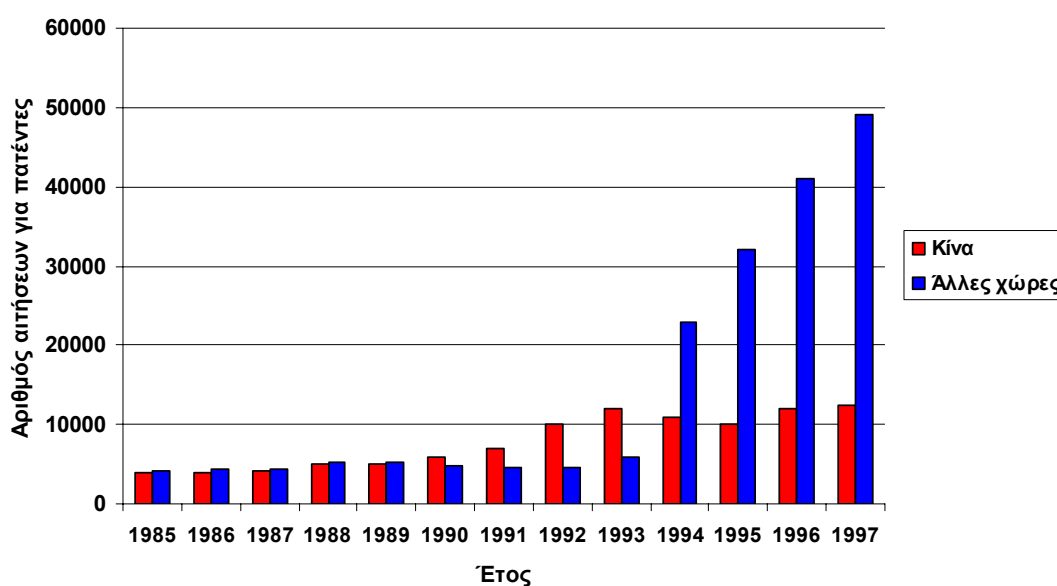
πνευματικής ιδιοκτησίας. Οι Η.Π.Α. υποστήριζαν πως η παροχή προστασίας θα πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι οποιασδήποτε διμερούς συμφωνίας σε θέματα τεχνολογίας, επιστήμης, πολιτισμού ή εμπορίου. Η Κίνα ήταν απρόθυμη να υπογράψει όρους και ρήτρες για τα οποία δεν είχε την απαιτούμενη γνώση και εμπειρία. Το γεγονός αυτό έδωσε το έναυσμα για το πρώτο κύμα «πυρετού» προστασίας δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας (Zheng, 1996).

Επιπρόσθετη πίεση τέθηκε στην Κίνα από τις Η.Π.Α. μετά την απόφασή της το 1988 για τη σύσταση του "Priority Watch List" (Λίστα προτεραιότητας παρακολούθησης), στο οποίο περιλαμβάνονται χώρες οι οποίες χρήζουν στενής παρακολούθησης σε θέματα προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Κατά την περίοδο 1991-1995, η Κίνα είχε συμπεριληφθεί στη λίστα αυτή δύο φορές. Ακολούθησαν εκτενείς διαπραγματεύσεις μεταξύ των δύο χωρών που οδήγησαν στην υπογραφή του Sino-US Memorandum of Understanding on the Protection of Intellectual Property το 1992. Έγινε παράταση της χρονικής διάρκειας ισχύος πατέντας στα 20 χρόνια και για πρώτη φορά προστατεύτηκαν φαρμακευτικά και άλλα χημικά προϊόντα και διεργασίες (Wheare, 1998). Ένα δεύτερο κύμα διαπραγματεύσεων ανάμεσα στις δύο χώρες οδήγησε στην υπογραφή συμφωνίας σχετικής με το copyright το 1995 και επιπρόσθετων συμφωνιών το 1996 (Wheare, 1998).

Ενώ και άλλες αναπτυσσόμενες χώρες επηρέασαν την κατάσταση στην Κίνα, η επιρροή των Η.Π.Α. ήταν η ισχυρότερη. Οι Η.Π.Α. θεωρούνται ηγέτες σε θέματα τεχνολογίας και έχουν τη μεγαλύτερη εγχώρια αγορά. Επίσης, αποτελούν τη μεγαλύτερη πηγή άμεσων ξένων επενδύσεων για την Κίνα. Οι απώλειες των πολυεθνικών επιχειρήσεων των Η.Π.Α. αποκλειστικά λόγω έλλειψης προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας στις αναπτυσσόμενες χώρες υπολογίστηκε στα \$23.8 δις στο τέλος της δεκαετίας του 1980 (Sherwood, 1990). Το γεγονός αυτό καθιστά αναμενόμενη την αυστηρότητα των Η.Π.Α. στην αντιμετώπιση των θεμάτων αυτών και παρόλη τη συνολική πίεση η οποία ασκήθηκε στην Κίνα από τις Ευρωπαϊκές χώρες, υποστηρίζεται πως η επίτευξη αλλαγών στο καθεστώς της Κίνας δε θα είχε πραγματοποιηθεί χωρίς την πίεση των Η.Π.Α. Είναι επίσης πιθανό πως η κινεζική κυβέρνηση υπέκυψε φαινομενικά στις δυτικές πιέσεις έτσι ώστε να αποκτήσει πρόσβαση

στην τεχνολογία τους και να βελτιώσει τις διακρατικές της σχέσεις με την Ευρώπη (Bosworth and Yang, 2000). Οι διαπραγματεύσεις για τα ζητήματα αυτά είχαν θετική κατάληξη με την είσοδο της Κίνας στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου το 2001 (www.wto.org).

Η εξέλιξη της νομοθεσίας είχε αναμενόμενο αντίκτυπο στη δραστηριότητα στον τομέα της πνευματικής ιδιοκτησίας από το 1982 και μετά. Οι αλλαγές που έλαβαν χώρα παρατηρούνται στην ετήσια αναφορά του WIPO σχετικά με τις υποβολές αιτήσεων για πατέντες, copyright, βιομηχανικά σχέδια, κατατεθέντα σήματα τόσο από εγχώριες όσο και από ξένες επιχειρήσεις. Η σύγκριση των στοιχείων αποκαλύπτει σημαντικές διαφορές μεταξύ των εγχώριων και ξένων επιχειρήσεων στη δραστηριοποίησή τους στον τομέα αυτό.



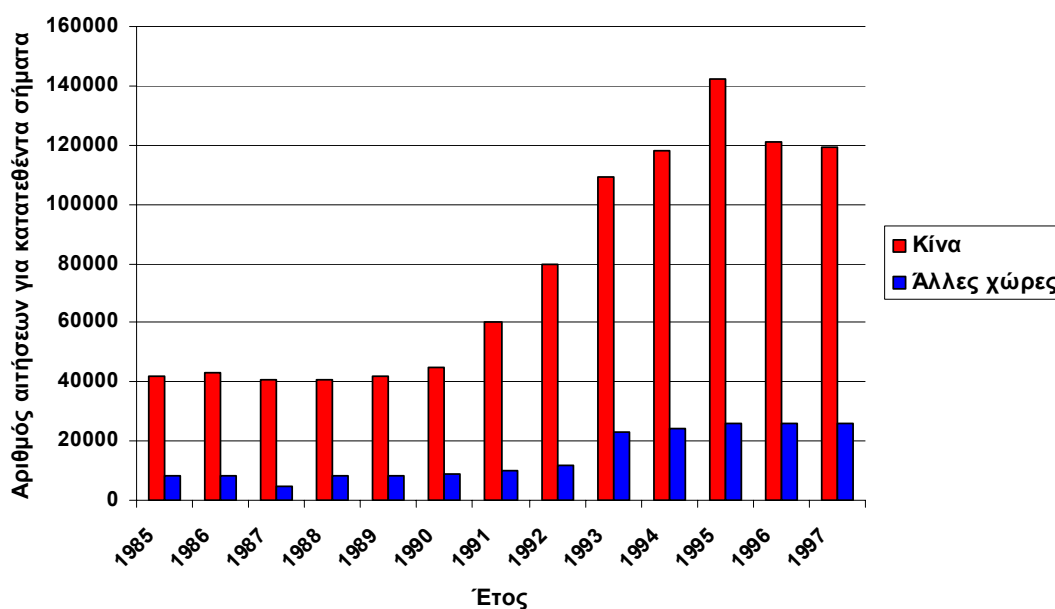
Εικόνα 5.2 – Αριθμός αιτήσεων για έκδοση πατέντας από εγχώριες και ξένες επιχειρήσεις στην Κίνα για την περίοδο 1985-1997 (Bosworth and Yang, 2000).

Η πρώτη σύγκριση αφορά το σύνολο των αιτήσεων για πατέντες για την περίοδο 1985-1997 (εικόνα 5.2). Ο αριθμός των αιτήσεων από ξένες και εγχώριες επιχειρήσεις ξεκινάει στα ίδια σχετικά επίπεδα και ενώ μέχρι το 1992 οι εγχώριες αιτήσεις αυξάνονται με μεγαλύτερο ρυθμό, μετά παρατηρείται μια αλματώδης αύξηση στον αριθμό των αιτήσεων από ξένες επιχειρήσεις. Η αύξηση αυτή συμπίπτει με την αναθεώρηση της νομοθεσίας για τις πατέντες το 1990 και 1992. Τα ποσοστά επιτυχίας των αιτήσεων για την περίοδο 1985-1994 ήταν πάντα μεγαλύτερα για τις ξένες επιχειρήσεις, πιθανώς υποδεικνύοντας το υψηλότερο επίπεδο των αιτήσεών τους. Κατά μέσο όρο, οι ξένες αιτήσεις αποτελούσαν το 50% των συνολικών αιτήσεων και οι ξένες επιτυχείς αιτήσεις το 61% των συνολικών επιτυχών αιτήσεων.

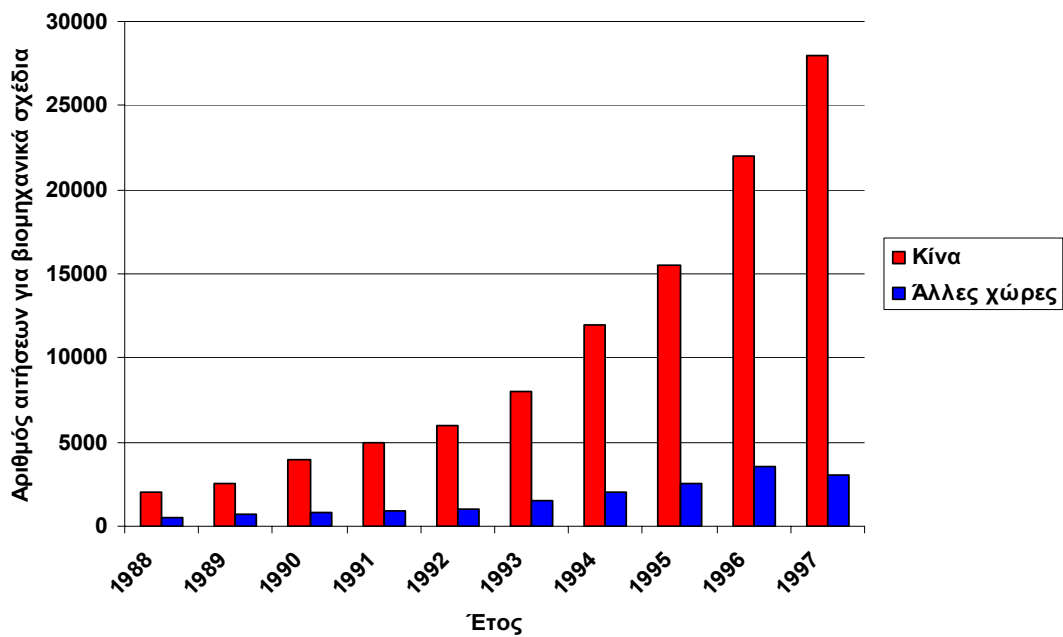
Στην εικόνα 5.3 παρουσιάζονται οι ίδιοι αριθμοί σχετικά με τις αιτήσεις για καταχώρηση κατατεθέντων σημάτων. Στην περίπτωση αυτή παρατηρείται πολύ υψηλότερη δραστηριότητα σε σχέση με τις αιτήσεις για πατέντες (εικόνα 5.2) ακόμα και στην αρχή της περιόδου. Αυτό είναι αναμενόμενο γιατί η νομοθεσία του 1982 επέτρεψε στις επιχειρήσεις να καταχωρήσουν κατατεθέντα σήματα υπαρχόντων προϊόντων και υπηρεσιών. Στην εικόνα 5.3 φαίνεται πως οι αριθμοί των αιτήσεων παρέμειναν σταθεροί κατά τα πρώτα χρόνια και παρατηρήθηκε μια σημαντική αύξηση από το 1990 και μετά. Επίσης, χαρακτηριστικός είναι ο μικρός αριθμός των ξένων αιτήσεων σε σύγκριση με τις εγχώριες, ο οποίος οφείλεται στη φύση των κατατεθέντων σημάτων (σε αντίθεση με τις πατέντες) τα οποία σχετίζονται με χαμηλότερα επίπεδα δημιουργικότητας.

Στην περίπτωση των βιομηχανικών σχεδίων (εικόνα 5.4), η κατάσταση παρουσιάζει ομοιότητες με τα κατατεθέντα σήματα και όχι τόσο με τις πατέντες. Ο μεγαλύτερος αριθμός αιτήσεων προέρχεται από εγχώριες και όχι από ξένες επιχειρήσεις. Ο αριθμός των ξένων αιτήσεων παραμένει σημαντικός και παρατηρείται μια τεράστια αύξηση μεταξύ του 1992 και 1995. Η βασική ομοιότητα ανάμεσα στα βιομηχανικά σχέδια και τις πατέντες παραμένει το μεγαλύτερο ποσοστό επιτυχίας των ξένων αιτήσεων σε σχέση με τις εγχώριες. Συγκεκριμένα, οι εγχώριες αιτήσεις αποτελούν το 12% του συνόλου αλλά το 18% των καταχωρήσεων.

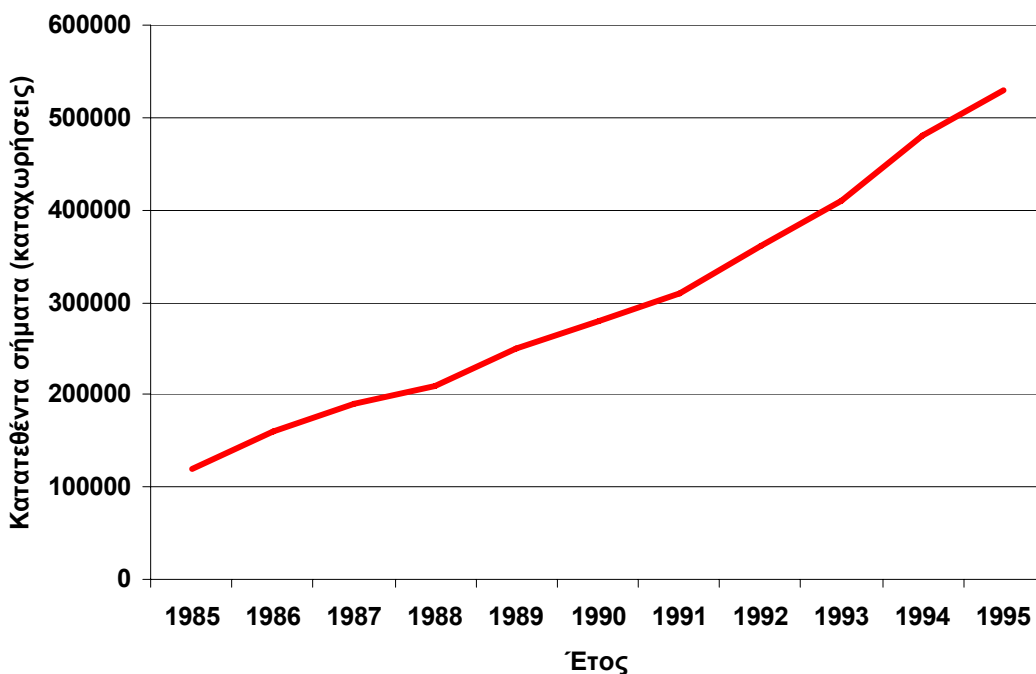
Τέλος, στις εικόνες 5.5 και 5.6 παρουσιάζεται η συνολική ανάπτυξη του τομέα προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας στην Κίνα. Στα διαγράμματα αυτά παρουσιάζεται το σύνολο των καταχωρήσεων για κατατεθέντα σήματα, πατέντες και βιομηχανικά σχέδια για το χρονικό διάστημα 1985-1995. Τα κατατεθέντα σήματα αποτελούν τη βασικότερη μέθοδο προστασίας πνευματικής ιδιοκτησίας στην Κίνα. Οι πατέντες και τα βιομηχανικά σχέδια κινούνται σε χαμηλότερα επίπεδα αλλά παρουσιάζουν μεγαλύτερους ρυθμούς ανάπτυξης. Όλες οι μορφές πνευματικής ιδιοκτησίας – πατέντες, βιομηχανικά σχέδια και κατατεθέντα σήματα – αποτελούν ευκαιρίες δραστηριοποίησης στον τομέα των συμφωνιών παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης.



Εικόνα 5.3 - Αριθμός αιτήσεων για καταχώρηση κατατεθέντων σημάτων από εγχώριες και ξένες επιχειρήσεις στην Κίνα για την περίοδο 1985-1997. (Bosworth and Yang, 2000)



Εικόνα 5.4 - Αριθμός αιτήσεων για καταχώρηση βιομηχανικών σχεδίων από εγχώριες και ξένες επιχειρήσεις στην Κίνα για την περίοδο 1985-1997 (Bosworth and Yang, 2000).



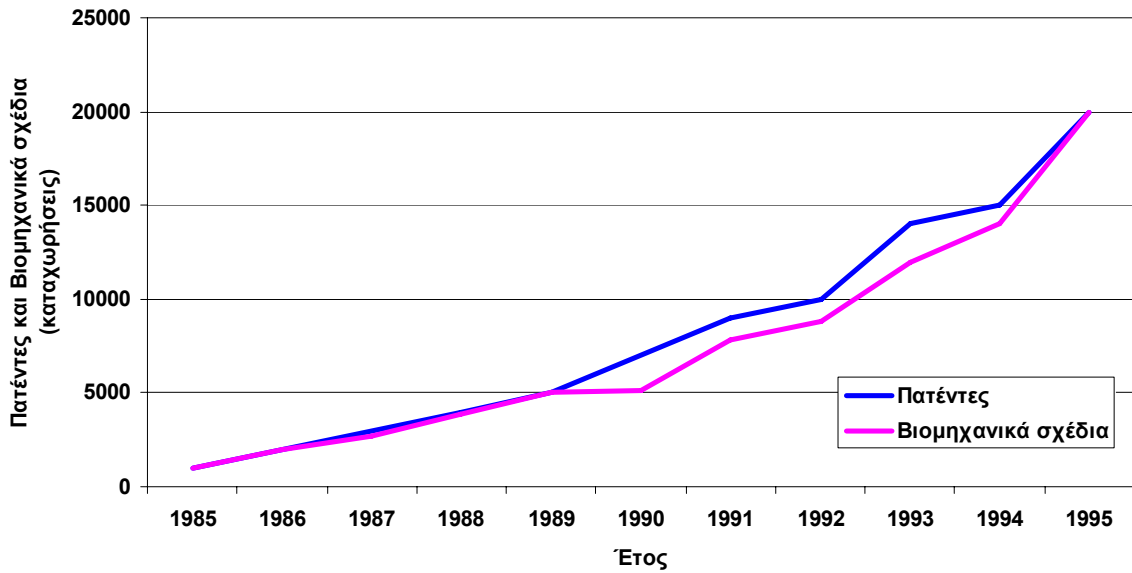
Εικόνα 5.5 – Καταχωρήσεις κατατεθέντων σημάτων στην Κίνα για την περίοδο 1985-1995 (Bosworth and Yang, 2000).

Τα μέχρι τώρα δεδομένα αποδεικνύουν την ταχεία ανάπτυξη της προστασίας πνευματικής ιδιοκτησίας στην Κίνα, καθώς και πως ένα σημαντικό τμήμα της δραστηριότητας αυτής οφείλεται σε ξένες επιχειρήσεις και μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο συμφωνιών παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης. Στην εικόνα 5.7 παρουσιάζονται στοιχεία δραστηριότητας στον τομέα αυτό ανά χώρα για την περίοδο 1985-1995. Όπως είναι φανερό στην εικόνα 5.7, οι Η.Π.Α. και η Ιαπωνία κυριαρχούν, γεγονός το οποίο είναι αναμενόμενο για τους δύο αυτούς ηγέτες της παγκόσμιας αγοράς. Από τις υπόλοιπες χώρες, μόνο η Γερμανία πλησιάζει τις Η.Π.Α. και Ιαπωνία, αν και το σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών βρίσκεται στα ίδια επίπεδα με τις τελευταίες.

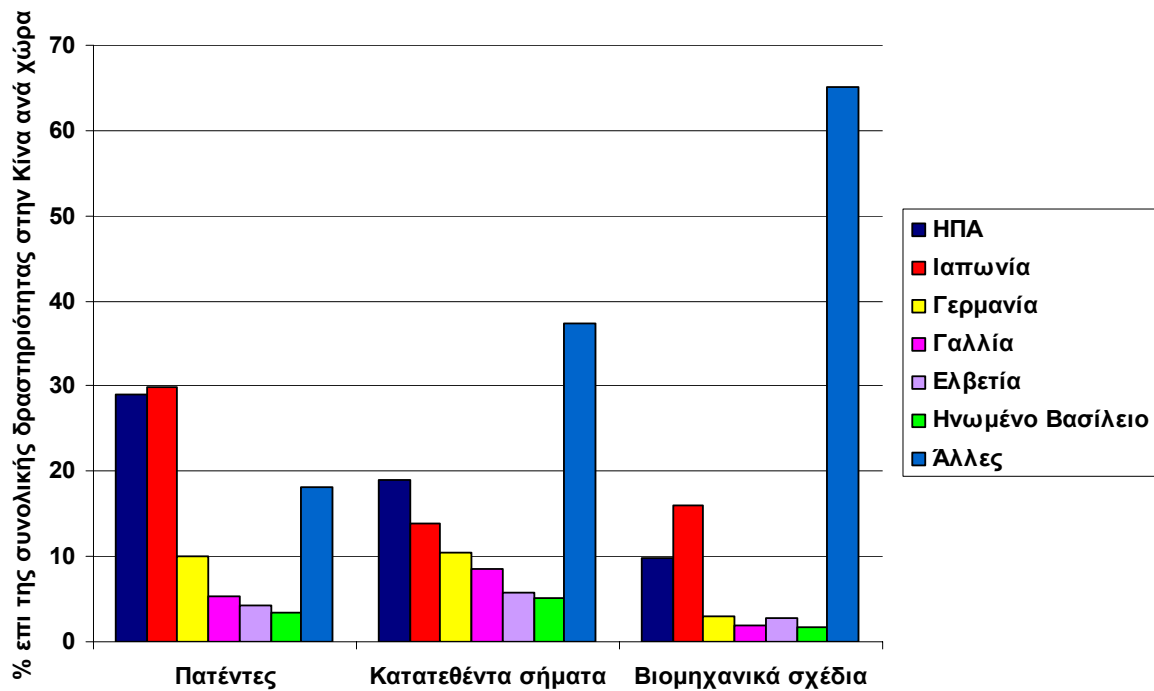
Η τεράστια προσπάθεια η οποία έχει καταβληθεί από την Κίνα σε θέματα προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στον τομέα αυτό αλλά οι επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται με παραχώρηση δικαιωμάτων εκμετάλλευσης ή με εξαγωγές συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν προβλήματα (Zheng, 1997; Potter and Oksenberg, 1999; Spreight, 1998). Αναγνωρίζονται δύο βασικές περιοχές δυσκολίας: η εφαρμογή των νόμων και οι διαφορές στους νόμους και στην ερμηνεία τους. Τα προβλήματα στην εφαρμογή των νόμων οφείλονται κυρίως στην έλλειψη εμπειρίας των κινεζικών δικαστηρίων στην επίλυση των συγκεκριμένων θεμάτων. Εκτός της απειρίας των δικαστικών, δεν είναι σπάνια τα φαινόμενα δωροδοκιών και εκβιασμών τους και το καθεστώς της μη μονιμοποίησής τους ως υπαλλήλους τους καθιστά ευάλωτους σε τέτοιες πιέσεις. Επίσης, εμπόδια παρουσιάζονται και στους δικηγόρους οι οποίοι αντιπροσωπεύουν τις ξένες επιχειρήσεις. Οι κινεζικές αρχές δημιουργούν ανυπέρβλητες δυσκολίες στη συλλογή των απαραίτητων στοιχείων για την ενδυνάμωση των διεκδικήσεών τους και οι επιχειρήσεις δε μπορούν να αντιπροσωπευθούν από ξένους νομικούς συμβούλους (Potter, 1995). Παράλληλα, οι αποζημιώσεις που ορίζονται δεν είναι επαρκείς και δεν υπάρχει η υποδομή για την εφαρμογή των δικαστικών αποφάσεων (O'Connor and Lowe, 1996).

Για τους παραπάνω λόγους, τα τελευταία χρόνια δεν προτιμάται η δικαστική οδός από τις επιχειρήσεις για τα δύο τρίτα των περιπτώσεων που αφορούν πατέντες, το 95% των διαμαχών για κατατεθέντα σήματα και για τις

περισσότερες περιπτώσεις καταπάτησης copyright (Potter, 1995; Potter and Oksenberg, 1999).



Εικόνα 5.6 – Καταχωρημένες πατέντες και βιομηχανικά σχέδια στην Κίνα για την περίοδο 1985-1995 (Bosworth and Yang, 2000).



Εικόνα 5.7 – Πατέντες, κατατεθέντα σήματα και βιομηχανικά σχέδια τα οποία καταχωρήθηκαν στην Κίνα ανά χώρα.

Ως ένα βαθμό, τα συγκεκριμένα προβλήματα είναι κυρίως πολιτικής και οργανωτικής φύσης και όχι νομικής και θέτουν σημαντικά προβλήματα στην πρόοδο και εξέλιξη ενός επαρκούς και αποτελεσματικού συστήματος στην Κίνα. Απαιτείται καλύτερος μακρο-οικονομικός σχεδιασμός από την κυβέρνηση και πιο αποτελεσματική συνεργασία και επικοινωνία ανάμεσα στα δικαστικά όργανα έτσι ώστε να επιτευχθεί η απαιτούμενη προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και εφαρμογή του νομικού πλαισίου.

Ανακεφαλαίωση

Η παρουσία ισχυρού νομικού πλαισίου σε μια χώρα είναι απαιτούμενη προϋπόθεση για την πραγματοποίηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων εντός των συνόρων της. Η διαπίστωση αυτή προκύπτει από τη μελέτη περιπτώσεων όπως αυτή της Κίνας. Η εισαγωγή νόμων διασφάλισης της πνευματικής ιδιοκτησίας οδήγησε σε μια ραγδαία αύξηση του αριθμού πατεντών, κατατεθέντων σημάτων και βιομηχανικών σχεδίων τα οποία καταχωρήθηκαν στη χώρα. Η δραστηριότητα η οποία παρατηρήθηκε στον τομέα αυτό δύναται να μεταφραστεί σε ευκαιρίες δημιουργίας συμφωνιών παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης της νέας τεχνολογίας. Αντίθετα, η απουσία νομικής εξασφάλισης των πνευματικών δικαιωμάτων, η οποία είχε παρατηρηθεί στο παρελθόν, αποτελούσε από μόνη της ισχυρότατο αποτρεπτικό παράγοντα για την είσοδο επενδυτών στην κινεζική αγορά.

Συμπεράσματα

Οι νόμοι προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαδικασία της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας. Χωρίς την ύπαρξη των νόμων αυτών, το κίνητρο για διεθνές εμπόριο και άμεσες ξένες επενδύσεις μπορεί να μειωθεί σημαντικά λόγω της μεγάλης πιθανότητας αντιγραφής του εισαγόμενου προϊόντος στη χώρα εισαγωγής. Εμπόδια τίθενται και στη διάχυση τεχνολογίας και τεχνογνωσίας μέσω συμφωνιών παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης και άμεσων ξένων επενδύσεων λόγω της έλλειψης αποτελεσματικής νομικής προστασίας. Η παρουσία ενός ισχυρού και εφαρμοζόμενου νομικού πλαισίου το οποίο διασφαλίζει την πνευματική ιδιοκτησία που εισέρχεται στη χώρα μπορεί να αποτελέσει κινητήρια δύναμη για την πραγματοποίηση διεθνών εμπορικών συναλλαγών και πόλο έλξης ξένων επενδύσεων.

Η εξέλιξη στον τομέα αυτό σε παγκόσμιο επίπεδο είναι εμφανής λόγω του συνεχώς αυξανόμενου αριθμού συμφωνιών μεταξύ χωρών με στόχο τον εναρμονισμό στην αντιμετώπιση θεμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και τη μείωση των χρονοβόρων γραφειοκρατικών διαδικασιών για την παροχή προστασίας ανά χώρα. Μακροπρόθεσμο στόχο αποτελεί η κατοχύρωση καθολικής προστασίας του πνευματικού έργου με την καταχώρησή του σε ένα παγκοσμίως αποδεκτό αρμόδιο οργανισμό.

Σημαντικό ρόλο, βέβαια, διαδραματίζουν και οι επιχειρήσεις οι οποίες δε θα πρέπει να βασίζονται εξ'ολοκλήρου στην προστασία η οποία παρέχεται από την εκάστοτε χώρα. Οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στο διεθνή χώρο θα πρέπει να αποδεχτούν το κόστος το οποίο συνδέεται με την προστασία της πνευματικής περιουσίας τους και να μεριμνήσουν για τα απαιτούμενα κονδύλια για το σκοπό αυτό.

Τέλος, το συνεχώς μεταβαλλόμενο διεθνές επιχειρησιακό περιβάλλον συνεπάγεται και τη διαρκή μεταβολή των κινδύνων που ελλοχεύουν και απειλούν την πνευματική ιδιοκτησία. Διαρκής επαγρύπνηση απαιτείται τόσο από τους αρμόδιους οργανισμούς, όσο και από τα στελέχη των επιχειρήσεων για να είναι προετοιμασμένοι όταν θα κληθούν να αντιμετωπίσουν το επόμενο θέμα το οποίο θα προκύψει, καθώς μέσα στον κόσμο των διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τίποτα δεν είναι στατικό.

Βιβλιογραφικές αναφορές

1. www.wto.org
2. www.wipo.org
3. Χατζηδημητρίου Ι.Α., (2003) Διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες. Εκδόσεις ANIKOYΛA.
4. Ball, A., McCulloch, W., Frantz, P., Geringer, J. and Minor, M. (2006) *International Business. The Challenge of Global Competition*. McGraw-Hill International Editions (10th edition).
5. Bosworth, D. and Yang, D. (2000) *Intellectual property law, technology flow and licencing opportunities in the People's Republic of China*. *International Business Review* 9 453-477.
6. Chan, E. H. W. (1997). Amicable dispute resolution in the People's Republic of China and its implications for foreign-related construction disputes. *Construction Management and Economics*, 15(6): 539–548.
7. Cheetham, S. P. (1998). Strategies. In C. Speight, *IP protection in China: practical strategies*. Hong Kong: Asia Law and Practice (Chapter 3).
8. Dam, K.W. (1994), *The economic underpinnings of patent law*. *Journal of Legal Studies*, Vol 23, p 247.
9. Drahos, P. (1996) *A philosophy of intellectual property*, Dartmouth Publishing, Alderscott.
10. Easterbrook, F. (1990) *Intellectual property is still property*, *Harvard Journal of Law and Public Policy*, Vol 3, p 110.
11. Ginarte, J. C. & Walter, G. P. (1997). Determinant of patent rights: a cross-national study. *Research Policy*, 283–301.
12. Goldstein, P. (1994) *Copyright's Highway*, Hill & Wang, New York, NY.
13. Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions and organisations across nations*. London: Beverly Hills.
14. Jacobs, L., Samli, A. C. & Jedlik, T. (2001). The nightmare of international product piracy: exploring defensive strategies. *Industrial Marketing Management*, 30: 499–509.

15. Kieff, F.S. (2000), *The law and economics of intellectual property rights*. Vanderbilt Law Review, Vol 30, p 265.
16. Lin, L. H. (1996). The trend of international intellectual property protection. In P. C. B. Liu, & A. Y. Sun, *Intellectual property protection in the Asia–Pacific region: a comparative study* (pp. 149–152). *Occasional papers/reprints series in contemporary Asian studies, No. 4*.
17. Locke, J. (1952) *The Second Treatise of Government*, Bobbs-Merrill, Indianapolis, IN.
18. Magliocca, G. (2001), *One and inseparable: dilution and infringement in trademark law*. Minesota Law Review, Vol 85, p 949
19. Marron, D. B. & Steel, D. G. (2000). Which countries protect intellectual property? The case of software piracy. *Economic Inquiry*, 38(2): 159–174.
20. Marschan, R., Welch, D., & Welch, L. (1997). Language: the forgotten factor in multinational management. *European Management Journal*, 15(5): 591–598.
21. Merges, R., Menell, P. and Lemley, M. (2000), *Intellectual Property Rights in the New Technological Age*, 2nd edition, Aspen Publishers, New York, NY.
22. Merrill, S., Levin R. and Myers, M. (Eds) (2004) *A Patent System for the Twenty-first Century*, National Academies Press, Washington DC.
23. O'Connor, B. E. & Lowe, D. A. (1996). Comparative analysis of intellectual property dispute resolution processes in mainland China, Taiwan and the United States. In P. C. B. Liu, & A. Y. Sun, *Intellectual property protection in the Asia–Pacific region: a comparative study* (pp. 57–132). *Occasional papers/reprints series in contemporary Asian studies, No. 4*.
24. Pasco, B. C. (1998). Technology transfer in a Ricardian mode: Chinese technological “osmosis” in theory and practice. *Studies in Comparative International Development*, 32 (4), 79–100.
25. Potter, P. B. (1995). *Foreign business law in China: past progress and future challenges*. South San Francisco, CA: The 1990 Institute.

26. Potter, P. B. & Oksenberg, M. (1999). A patchwork of IPR protections. *The China Business Review, January-February*, 8–11.
27. Rader, R. R. (1996). Intellectual property protection and dispute resolution. In P. C. B. Liu, & A. Y. Sun, *Intellectual property protection in the Asia–Pacific region: a comparative study* (pp. 5–15). *Occasional papers/reprints series in contemporary Asian studies, No. 4*.
28. Sherwood, R. (1990). *Intellectual property and economic development*. Boulder, CO: Westview Press.
29. Speight, C. (1998). *IP protection in China: practical strategies*. Hong Kong: Asia Law and Practice.
30. Shore, B., Venkatachalam, A. R., Solorzano, E., Burn, J. M., Hassan, S. Z. & Janczewski, L. J. (2001). Softlifting and piracy: behavior across cultures. *Technology in Society*, 23(4): 563–581.
31. Spinello, R. (2007) *Intellectual Property Rights*. *Library Hi Tech*, Vol 25(1), pp12-22.
32. Spinello, R. and Tavani, H. (2005), “Intellectual property rights: from theory to practical implementation” in Spinello, R. and Tavani, H.T., *Intellectual Property Rights in a Networked World: Theory and Practice*, Idea Group Publishing, New Brunswick, NJ, pp3-66.
33. Vaver, D. (2000). Intellectual property: the State of the art. *Law Quarterly Review*, 116: 621–637.
34. Wegner, H. C. (1996). Patent harmonisation in the Pacific Rim. In P. C. B. Liu, & A. Y. Sun, *Intellectual property protection in the Asia–Pacific region: a comparative study. Occasional papers/reprints series in contemporary Asian studies, No. 4 (135)*.
35. Wheare, H. H. H. (1998). Current and future climate. In C. Speight, *IP protection in China: practical strategies*. Hong Kong: Asia Law and Practice (Chapter 1).
36. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use. Publication No489 (2004).
37. WIPO Guide to Understanding Industrial Property.
38. WIPO Guide to Understanding Copyright and Related Rights.

39. Yang, D., Sonmez, M. & Bosworth, D. (2004). Strategic Responses for Multinationals to Intellectual Property Abuses. *Long Range Planning International Journal of Strategic Management*, 37(5): 459–475.
40. Yang, D. (2005) *Culture matters to multinationals' intellectual property businesses*. *Journal of World Business* 40:281-300.
41. Zheng, C. (1997). *Intellectual property enforcement in China: leading cases and commentary*. Hong Kong: Sweet and Maxwell Asia.