

**ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА II ТУРА
XIV МЕЖДУНАРОДНОЙ ОЛИМПИАДЫ
ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
ДЛЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ**

на тему:

**«От идеи до результата: маршрут предпринимателя
при создании бренда»**

Выполнил:

**Назарян Левон Ваагнович
учащийся 12 класса**

**Школы «Усмунк» при Российско-Армянском
(Славянском) университете
города Еревана**

Научный руководитель:

**преподаватель Российско-Армянского университета
города Еревана**

Давтян Ани Маисовна

г. Ереван, 2022 г

Содержание

Введение.....	3
1. Почему интеллектуальная собственность актуальна для Вашего бизнеса?.....	5
2. Товарные знаки – ключ к успеху Вашего бизнеса.....	8
3. Влияние параллельного импорта на экспортные возможности Вашего бизнеса.....	12
Заключение.....	15
Список литературы.....	17

Введение

Тема научной работы «От идеи до результата: маршрут предпринимателя при создании бренда», выбрана в связи с актуальностью коммерциализации интеллектуальной собственности и ее важностью в контексте современной экономики. Интеллектуальная собственность может иметь большое значение в развитии и укреплении бизнеса.

На сегодняшний день 90% компаний мира и 70% мировой занятости приходится на малое и среднее предпринимательство, но не каждый предприниматель, знает, как и чем может ему помочь интеллектуальная собственность, данный факт в том числе подтверждает актуальность выбранного исследования.

Вопросы, которые поднимаются в исследовании, являются в том числе актуальными для предпринимателей, как с точки зрения защиты своих возможных инноваций, так и для продвижения своих экспансионистских идей по завоеванию мирового рынка. Однако не стоит упускать из внимания факт того, что незнание возможности коммерциализации интеллектуальной собственности со стороны предпринимателей, может не только сократить возможные заработки, но и не дать возможности на осуществление защиты своих идей и технологий. Несвоевременная охрана интеллектуальной собственности может привести к ситуации, когда ваши творения станут объектами, которыми могут спокойно воспользоваться те юридические лица, которые вовремя “раскусили” и возможно присвоили себе ваш результат интеллектуальной деятельности.

В рамках данной научной работы с нашей стороны будут рассмотрены следующие вопросы:

- Каким образом интеллектуальная собственность влияет на предпринимательскую деятельность,
- понятие товарного знака и его значимость для бизнеса,
- вопросы параллельного импорта.

В ходе подготовки к работе был изучен ряд источников, в том числе: Гражданский Кодекс Российской Федерации (ГК РФ), Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений, научные работы и научные статьи в области авторского права и интеллектуальной собственности, книги и учебники.

1. Почему интеллектуальная собственность актуальна для Вашего бизнеса?

Начало успешной компании может часто восходить от одной хорошей идеи. Возможно, эта идея проделала долгий и сложный путь от простого всплеска эмоций и фантазии до рынка, и самое главное, что она смогла “выжить” и пройти через все этапы “отбора”, когда другие возможно хорошие идеи оставались, только на уровне “идеи”, потому что подобные продукты уже существовали или не имели рыночной привлекательности.

Интеллектуальная собственность (далее, в том числе - «ИС») играет важную роль во всей этой истории и поэтому в данном процессе она должна быть правильно интегрирована и укреплять стратегию вашего бизнеса. Система ИС позволяет открывателям контролировать судьбу своих инноваций. Права интеллектуальной собственности дают возможность защититься от подражателей и создать для своего бизнеса отличительную идентичность, чтобы усилить и укрепить свое присутствие на рынке. Сильный ИС менеджмент остается актуальным на протяжении всего жизненного цикла бизнеса, так как ИС менеджмент создает, расширяет, ищет инвесторов, взаимодействует с партнерами и нанимает сотрудников.

Интеллектуальная собственность актуальна и тогда, когда стартапы приобретаются другими компаниями. Удивительно, однако значимость интеллектуальной собственности замечается также на этапе банкротства тех же стартапов. Стартапы должны в равной степени осознавать, что помимо укрепления их конкурентоспособности, система ИС может помочь им снижать свой риск. Стартап, который игнорирует ИС, может нарушать интеллектуальные права других и быть заблокированным от входа в домены, которые уже заняты другими, или потерять ключевые активы в пользу других компаний, которые первыми подадут заявку на защиту. Такие ошибки могут быть невероятно фатальны, именно поэтому не стоит принижать значение ИС в сфере предпринимательства и бизнеса. Для более подробного рассмотрения

ситуации необходимо изучить некоторые примеры из практики, в которых в какой-либо мере ИС влияет на экономику, бизнес.

Первый пример: “Ежегодный убыток производственных секторов российской экономики из-за недостаточного внимания к охране, защите и монетизации интеллектуальной собственности составляет 3,52 трлн руб.” - по исследованиям сделанные (НИУ ВШЭ). Исследование было сделано по заказу Федерации интеллектуальной собственности (ФИС).

Упущенные доходы экспорта составляют 2,23 трлн руб., а ущерб в творческом сегменте экономики оценивается примерно в 300 млрд руб. При этом наиболее ощутимые потери наблюдаются в музыкальном стриминге и на рынке видеоигр, отмечается в исследовании. Таким образом, из-за низкого качества управления интеллектуальными правами страна потеряет около 4,8% ВВП. Как мы видим всё же такие ошибки действительно бывают фатальны [1].

2-й пример: Кожаные сумки от компании LAM. Бахрейнский бренд «LAM Leather Bags» (LAM) специализируется на производстве сумок из натуральной кожи и направлен на рынок товаров класса премиум. Компания была основана в 2018 г. Дизайнером Лулвой Абдулрахман аль-Маннай и производит высококачественные сумки и дамские сумочки, чемоданы и другие аксессуары ручной работы, окрашенные растительными красителями. Цель компании, выходящей на бахрейнский рынок изделий из кожи, – стать ведущим игроком на местном и мировом рынке. И в этом им здорово помогает ИС, поскольку практически за каждым известным брендом на рынке товаров класса премиум стоит мощный портфель (ИС). Как правило, активы ИС составляют значительную (если не наибольшую) долю стоимости компании. Принимая во внимание этот факт, в LAM интеллектуальную собственность расценивают как главнейший компонент стратегии брендинга компании. Первым шагом в стратегическом планировании компании стала охрана ее бренда.

А вот, что сама говорит основательница «LAM Leather Bags»: “LAM прибегла к помощи юристов и зарегистрировала свой товарный знак. Благодаря этому компания обрела еще большую уверенность для дальнейших инвестиций

и развития своей бизнес-стратегии.”. И что мы видим? Компания пользуется невероятной популярностью по всему Бахрейну и уже совсем скоро будет покорять новые просторы со своим брендом, на их сайте действительно представлены искусные сумки и аксессуары из высококачественной кожи, и цены за их сумки иногда превышают 2000\$! “Эту тему было бы полезно включить в образовательную программу всех уровней, с тем чтобы дети с раннего возраста знали о преимуществах системы прав ИС.” – Мнение г-жи Абдулрахман аль-Маннай [2]. Действительно, поскольку ИС играет невероятно полезную роль в сфере МСП, и каждому МСП следует задуматься над применением ИС в коммерциализации. МСП составляют 90% всех компаний в мире и обеспечивают 70% мировой занятости. Система интеллектуальной собственности играет важную роль в достижении следующих целей для вашего бренда:

- обеспечение охраны инновационных продуктов и услуг;
- укрепление и поддержание популярности, привлекательности и ценности продуктов на рынке;
- обеспечение отличительности конкретной компании и ее продуктов от конкурентов;
- обеспечение доступа к технической и деловой информации и знаниям;
- снижение риска ненамеренного использования проприетарного контента третьих сторон и случайной утраты собственной ценной информации, инноваций или результатов творческого труда.

Охрану инноваций, усовершенствованных процессов можно обеспечить с помощью патентных прав, которые могут помочь получить конкурентные позиции и преимущества на рынке. Обеспечение популярности на столь уже огромном и насыщенном рынке, можно осуществить посредством товарных знаков, института авторского права, промышленных образцов. Практические примеры показывают, какие убытки может нести бизнес, если не использовать механизмы ИС и каких успехов можно добиться если всё же обратиться на ИС своё внимание и время!

2. Товарные знаки – ключ к успеху Вашего бизнеса

Помимо разработки продуктов и услуг, малый и средний бизнес (далее в том числе-МСП) должны быть готовы к привлечению потребителей и эффективной конкуренции на соответствующем товарном рынке. Можем вспомнить самые распространенные примеры известных всеми нами брендов «*Louis Vuitton*», «*Gucci*», «*Nike* и другие. Очевидно, что потребитель будет больше доверять более известному бренду, нежели компании без имени. Более того, даже их внешний вид имеет огромное влияние на узнаваемость, и в нашей голове автоматически откладывается определенный отпечаток. Потребители хотят иметь возможность с легкостью находить нужные им продукты и выстраивать с ними доверительные отношения. Когда потребители находят нужный и необходимый им продукт, они чувствуют к нему неощутимую привязанность и, вероятно, и посредством данной лояльности существует большая вероятность, что потребители вновь приобретут эти продукты. Поэтому важно, чтобы МСП как можно раньше задумывались о том, каким образом необходимо создать отличительную идентичность для своего продукта. Обобщая вышеизложенную мысль, отметим, что МСП должны выбирать подходящее название, логотип или другой знак, который позволит потребителям идентифицировать, различать от других и легко запомнить их. Нововозведенный бизнес также может рассмотреть возможность разработки внешнего вида продукта в определенной форме, чтобы сделать его привлекательным для потребителей. Эти элементы могут быть защищены товарными знаками, правами на дизайн и фирменными наименованиями, которые, в свою очередь, являются важными компонентами эффективного маркетинга. Прежде чем выбрать запоминающееся название или создать привлекательный дизайн, МСП должен убедиться, что другие не зарегистрировали то же или похожее название для аналогичных продуктов и не претендуют на тот же или аналогичный дизайн. Бесплатные базы данных по

товарным знакам и дизайну позволяют стартапам определять, был ли уже зарегистрирован тот же или аналогичный товарный знак или дизайн [3].

Кроме того, это защищает их от риска того, что третьи стороны могут предпринять шаги, чтобы помешать стартапу использовать данное наименование или дизайн, если они считают, что их наименование или дизайн были скопированы. В противном случае стартап может быть вынужден переработать свой продукт или разработать новую маркетинговую стратегию, в некоторых случаях даже если товарный знак или дизайн не зарегистрированы, а просто используются на рынке. Поэтому настоятельно рекомендуется провести тщательный поиск на ранней стадии. Он должен охватывать не только местные, но и зарубежные рынки, на которые намерен ориентироваться стартап. Первый поиск может быть проведен через национальные базы данных и базы данных ВОИС более конкретная информация может быть предоставлена частными поставщиками услуг [4].

И так, как же нам получить права на товарный знак? Права на товарный знак можно получить, подав заявку на получение зарегистрированного права на товарный знак [3, 87]. В некоторых странах существует возможность защиты незарегистрированных товарных знаков, которые просто используются в торговле. Однако наличие зарегистрированного товарного знака обеспечивает самую надежную защиту, а регистрация – самый надежный способ создать имидж бренда, доверие потребителей и добрую волю [5, 823].

Стартапу, как правило, следует рассмотреть возможность подачи заявки на товарный знак в своем национальном (или региональном) ведомстве интеллектуальной собственности до запуска продукта, чтобы избежать любых возможных затрат на ребрендинг, в случае, если заявка на товарный знак будет неудачной.

Ниже приведен общий обзор процесса подачи заявки, который, конечно, может отличаться в законодательной системе разных странах.

1. Форма заявления. Для начала заявитель должен представить

заполненную надлежащим образом форму заявки на товарный знак. Форма будет включать контактные данные предприятия, графическую иллюстрацию товарного знака (может потребоваться определенный формат) и указание товаров и услуг, для которых подается заявка на товарный знак. Следует отметить, что продукты обычно классифицируются в соответствии с Международной Классификацией товаров и услуг от 1957 года (*International (Nice) Classification of Goods and Services, 1957*[6]). Бланки можно получить в бюро по товарным знакам или онлайн; во многих странах вся заявка может быть подана онлайн. Некоторые ведомства по товарным знакам могут также потребовать подтверждения использования или заявления о том, что предприятие намерено использовать товарный знак[7].

2. Формальная экспертиза. Офис рассматривает заявление, чтобы убедиться, что оно соответствует административным требованиям (например, правильно ли заполнена анкета, или же был ли оплачен вступительный взнос).

3. Экспертиза, по существу. В некоторых странах ведомство по товарным знакам проводит лишь частичную проверку экспертизы, по существу, чтобы выяснить, следует ли отклонять предлагаемый товарный знак на абсолютных основаниях¹.

4. Публикация и противодействие. Во многих странах товарные знаки-кандидаты публикуются в журнале, а оппонентам предоставляется фиксированный срок, чтобы оспорить одобрение. В других странах новые товарные знаки публикуются после их регистрации, и оппонентам предоставляется время подать петицию об отмене регистрации.

5. Регистрация. Товарный знак регистрируется, если не найдено оснований для отказа. Заявитель получает свидетельство о регистрации, которое, как правило, действует в течение 10 лет с возможным продлением после истечения срока.

6. Обновление. Товарный знак может быть продлен на неопределенный срок путем уплаты, требуемой плата за продление, но

¹ Термин «абсолютные основания» обозначает категории признаков, которые не могут быть зарегистрированы в соответствии с положениями закона о товарных знаках в соответствующей стране.

регистрация может быть отменена полностью или для определенных товаров или услуг, если товарный знак не используется в течение определенного периода времени.

Хотя рекомендуется подавать заявки на защиту товарных знаков на ранней стадии, представителям МСП следует знать, что в большинстве юрисдикций применяется требование «использование в торговле» (*«use in commerce»*). Это обязывает компанию начать использовать свой товарный знак в торговле в том классе, на который она подала заявку, в течение определенного периода времени после даты подачи заявки [8]. Если компания «не использует» товарный знак в течение отведенного времени или прекращает его использовать, она может потерять свою защиту товарного знака, поскольку товарный знак будет считаться заброшенным. Требование «использование в торговле» может стать своеобразной проблемой, особенно в тех случаях, когда владелец товарного знака рассчитывает на международную экспансию, поскольку компания может потерять защиту товарного знака на определенном рынке, если она подаст международную заявку слишком рано и не сможет выйти на этот рынок до истечения срока «использования в торговле» [5, 24].

Таким образом, товарный знак играет важную роль в ведении предпринимательской деятельности. Следует заметить, что ещё с древних времён, античные ремесленники ставили клейма на своё изделие, что подтверждало его подлинность и гарантию высокого качества. Можно сказать, что эта традиция переросла из той эпохи в нашу реальность, практически не утратив своё былое значение и ценность с точки зрения права интеллектуальной собственности.

3. Влияние параллельного импорта на экспортные возможности Вашего бизнеса

Если условно представить, что белый рынок – это рынок, где товары продаются легально, с разрешения производителя, а черный рынок — это рынок, где продаются нелегальные товары (например, контрабанда), то серый рынок, соответственно, находится между белым и черным рынками, где и находится параллельный импорт.

Товары с серого рынка – это подлинные товары владельца товарного знака, которые после первого выпуска на рынок ввозятся в экономические зоны разных стран и реализуются там без согласия правообладателя товарного знака. Они являются подлинными в том смысле, что они были изготовлены владельцем товарного знака и бренда, но не разрешены для продажи в определенной юрисдикции.

Таким образом, параллельный импорт – это ввоз в страну оригинальных товаров без разрешения правообладателя.

В мире существуют следующие принципы охраны прав на товарные знаки:

- Универсальный – правило международного исчерпания, когда коммерческое перемещение товаров между странами практически не ограничивается. До 2003 года оно действовало и в РФ.

- Национальный (он же территориальный, а в случае, когда речь идёт о нескольких, объединившихся в таможенный союз государствах, региональный) принцип исчерпания прав – действует сейчас в РФ. Это означает, что ввоз товара в страну возможен только с разрешения владельца товарного знака. На практике это проявляется в системе генеральной дистрибьюции, когда производитель сам определяет, кто имеет право торговать своими товарами в других странах.

Согласно ст. 1487 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее в том числе - ГК РФ) не является нарушением исключительного права

на товарный знак использование этого товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации непосредственно правообладателем или с его согласия [9].

Из вышеприведенной статьи следует, что для Российской Федерации (далее в том числе - РФ) принят региональный принцип исчерпания на товарный знак: на данный момент импорт на территорию РФ товаров из других иностранных государств, не являющихся членами Евразийского Экономического Союза (далее в том числе - ЕАЭС), возможен только с согласия правообладателя.

Вопрос параллельного импорта неоднозначный: так, на Международном таможенном форуме звучали опасения, что легализация этой практики может привести к снижению качества товаров, разорению локализованных производств и трудностям таможенного контроля. В Правительстве РФ однако считают, что введение параллельного импорта для отдельных категорий товаров поможет бороться с некачественной локализованной продукцией, поступающей на российский рынок [10].

Наличие или отсутствие исчерпания исключительного права не всегда очевидно. Например, одной из спорных ситуаций, породившей противоречивую судебную практику, является размещение товарного знака на вывеске магазина, в котором продаются товары, введенные в оборот правообладателем товарного знака или с его согласия; при этом знак зарегистрирован для таких товаров и услуг по их продаже [11].

В рамках одного дела, связанного с исчерпанием права на товарный знак Конституционный Суд РФ, с учетом того, что параллельный импорт всё-таки остается нарушением исключительных прав, разграничил гражданско-правовую ответственность импортера, ввозящего оригинальную продукцию без согласия правообладателя, и импортера, ввозящего контрафакт, за исключением случаев, когда убытки от того и другого сопоставимы. Но уничтожать товары, ввезенные на территорию РФ в порядке параллельного импорта, можно лишь в случае их

ненадлежащего качества или в целях обеспечения безопасности, защиты жизни и здоровья людей, охраны природы и культурных ценностей [12].

Таким образом, с точки зрения Конституционного Суда РФ приоритетом в делах, связанных с параллельным импортом, должен обладать публичный интерес. Очевидно, что данное Постановление имеет не только важное правовое, но и геополитическое и экономическое значение.

Можно предположить, что существование параллельного импорта не должно влечь значительных отрицательных последствий, поскольку это, хотя и напрямую затрагивает интересы иностранных правообладателей, но благоприятствует потребителям – при этом нет ни риска оттока иностранных инвесторов (поскольку иностранные рынки обычно более конкурентно), также нет риска уменьшения инвестиций (так как качество товаров, произведенных в РФ и за рубежом, различается, и инвестиции осуществляются не во все отрасли экономики). Риск увеличения количества контрафакта также минимален, поскольку явные поддельные товары отличаются от оригинала и в распоряжении правообладателя остается такой правовой инструмент, как регистрация товарного знака в таможенном реестре, что оберегает интересы владельцев товарных знаков [11].

Вопрос параллельного импорта имеет особое значение для бизнесов, имеющих разные стратегии ценообразования на разных рынках, а также для тех компаний, которые разрабатывают свои экспортные стратегии.

Для решения данного вопроса при разработке экспортной стратегии предприниматели должны проверить, может ли покупатель на законном основании перепродать на другом рынке охраняемые их товарным знаком товары, купленные у их компании или с их согласия, не запросив при этом их согласия. Если такое возможно, то в тех странах, где действует национальный (территориальный) принцип исчерпания права предпринимателям стоит зарегистрировать товарный знак в таможенном ведомстве данного государства, таким образом запретить параллельный импорт товаров, потенциально нарушающих их права и расширить экспортные возможности бизнеса.

Заключение

В рамках настоящей работы были изучены и рассмотрены следующие вопросы:

- «Как от одной случайной идеи, можно создать крупную компанию»,
- «Каким образом права интеллектуальной собственности дают возможность защититься от подражателей и создать для своего бизнеса отличительную идентичность»,
- «Какие убытки терпит экономика, на примере российской, из-за недостаточного внимания к охране, защите и монетизации интеллектуальной собственности»,

в том числе были рассмотрены некоторые иные вопросы.

В вопросе коммерциализации интеллектуальной собственности важным является правовое просвещение предпринимателей и повышение уровня правовой культуры относительно права интеллектуальной собственности в обществе. Ведь именно знание возможностей, которые дает право интеллектуальной собственности и умение коммерциализировать могут принести к нужному результату.

Как же добиться того, чтобы общество обращало больше внимания на тему интеллектуальной собственности в бизнесе? Думается, что следует обратиться к цитате дизайнера компании «LAM Leather Bags» (LAM), Абдулрахман аль-Маннай: «Эту тему было бы полезно включить в образовательную программу всех уровней, с тем чтобы дети с раннего возраста знали о преимуществах системы прав ИС» [2].

В рамках данной работы были разобраны все преимущества и возможные проблемы в бизнесе в связи с использованием и неиспользованием механизмов ИС. В том числе, считаем, что для повышения уровня правосознания населения и избегания дальнейших проблем в связи с коммерциализацией интеллектуальной собственности, необходимо ввести обязательное изучение

данного предмета в рамках школьных программ, либо университетских программ.

Список литературы

1. ВШЭ: Россия теряет 4,8% ВВП из-за слабого использования интеллектуальной собственности. — Текст: электронный // Коммерсантъ: [сайт]. — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4558216> (дата обращения: 28.03.2022).
2. КОЖАНЫЕ СУМКИ LAM: ВОПЛОЩЕНИЕ ТРАДИЦИЙ. — Текст: электронный // ВОИС : [сайт]. — URL: https://www.wipo.int/ip-outreach/ru/ipday/2021/case-studies/lam_leather.html (дата обращения: 01.04.2022).
3. World Intellectual Property Organization «A Guide to Intellectual Property for Startups» // Geneva, 2021. Intellectual Property for Business Series Number 6. P. 10. [Электронный ресурс] - URL: <https://clck.ru/eiP9F> (дата обращения: 15.03.2022).
4. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use // Geneva, 2008. WIPO Publication (second edition). [Электронный ресурс] - URL: <https://clck.ru/eiRqb> (дата обращения: 15.03.2022).
5. Intellectual Property for Business Series Number 6. [Электронный ресурс] - URL: <https://clck.ru/eiP9F> (дата обращения: 15.03.2022).
6. International (Nice) Classification of Goods and Services. List of Goods and Services in Class Order. [Электронный ресурс] - URL: <https://clck.ru/eiRoC>. (дата обращения: 15.03.2022).
7. World Intellectual Property Organization «A Guide to Intellectual Property for Startups». Ibid. P. 33.
8. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use // Geneva, 2008. WIPO Publication (second edition). P. 82. [Электронный ресурс] - URL: <https://clck.ru/eiRqb> (дата обращения: 20.03.2022).
9. ГК РФ Статья 1487. Исчерпание исключительного права на товарный знак: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/d385de69e4ce009809fb698159d15e2abc56ba1c/.

10. России разрешили параллельный импорт. Это позволит обойти санкции. — Текст : электронный // газета.ru : [сайт]. — URL: https://m.gazeta.ru/amp/business/2022/03/30/14682967.shtml?fbclid=IwAR39eQ_Dy98wGpnr-SxoSZvjSs9CYQtXGeaF0W9fwqKwoVxfKmMemi6PkF0 (дата обращения: 03.04.2022).

11. Sergey, Zuykov Особенности применения законодательства об исчерпании исключительного права на товарный знак / Zuykov Sergey. — Текст: электронный// Lexology: [сайт]. — URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a4f34a3f-8317-40c3-a3ca-e9859bec9420> (дата обращения: 03.04.2022).

12. Постановление Конституционного суда N 8-П от 13 февраля 2018 г. по делу о проверке конституционности положений пункта 4 статьи 1252, статьи 1487 и пунктов 1, 2 и 4 статьи 1515 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью «ПАГ».