

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА
ВТОРОГО ТУРА
XVI МЕЖДУНАРОДНОЙ ОЛИМПИАДЫ
ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
ДЛЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

на тему:

«Национальные бренды России: особенности маркетинга и
правовой охраны»

Выполнил(а):

Габова Дарья Александровна
ученица 10 класса
МАОУ «СОШ № 16» г. Сыктывкара

Научный руководитель:

Комова Юлия Владимировна
ведущий юрисконсульт Института химии
ФИЦ Коми НЦ УрО РАН

г. Сыктывкар, 2024 г.

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Понятия «национальный бренд» и «региональный бренд»	5
Глава 2. Региональные бренды России	8
Глава 3. Бренд Коми «Воркутинская оленина»	17
Глава 4. Региональные бренды Республики Коми моими глазами	21
Глава 5. Правовая охрана и маркетинг брендов Республики Коми	28
Заключение	34
Список использованных источников и литературы	36
Приложение	41

Введение

Актуальность моего проекта обусловлена тем, что вопросу формирования и продвижения региональных брендов уделяется все больше внимание, как со стороны субъектов Российской Федерации, так и Правительства России. Например, 19 декабря 2017 года в Совете Федерации состоялось заседание Совета по вопросам интеллектуальной собственности при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации на тему «Региональные бренды как важнейший инструмент социально-экономического развития субъектов Российской Федерации», где было принято решение о необходимости выявления и последующей регистрации региональных брендов. Органам государственной власти субъектов РФ рекомендовано разработать и принять программы, направленные на поддержку и продвижение региональных брендов, организовать работу по выявлению традиционных товаров, в отношении которых могут быть зарегистрированы наименования места происхождения товаров.¹ С тех пор упоминания о региональных брендах субъектов Российской Федерации, в том числе товаров Республики Коми стали появляться все чаще по ТВ, однако, мало кто понимает, что означает это понятие и как оно связано с интеллектуальной собственностью. Мне стало интересно разобраться в понятии «Бренд Республики Коми» и предложить свои виденья.

Целью моего проекта является изучение, анализ известных брендов Коми и мои рекомендации по возможным вариантам регистрации и маркетинга брендов, для выпускаемых товаров в Республике Коми.

Передо мной стояли задачи:

1. Выяснить, что вкладывается в понятия «национальный бренд» и «региональный бренд»;
2. Провести информационные исследования по информационным ресурсам Федерального института промышленной собственности, Роспатента в

¹ Официальный сайт Депутаты/ Главная \ Новости \ СОВЕТ ФЕДЕРАЦИИ РАССМОТРЕЛ НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ [Электронный ресурс] URL: <https://deputat.bashkortostan.ru/news/86856/> (дата обращения: 01.03.2024 г.).

отношении географических указаний, наименований мест происхождения товара, а также промышленных образцов и средств индивидуализации и выявить какие есть зарегистрированные региональные бренды товаров, выпускаемых в Коми;

3. Провести анализ товаров, производимых в Республике Коми, особые свойства которых обеспечиваются исключительно географическим положением, т.е. природными условиями или этническими особенностями народа, проживающего в Коми;

4. Предложить мои виденья региональных брендов Республики Коми, которые могут быть зарегистрированы в гос. реестре;

5. Предложить способы правовой охраны потенциальных брендов Республики Коми и маркетинговые мероприятия по их продвижению.

В качестве источников информации я использовала нормативные базы Системы «Консультант +», публикации ученых и специалистов ФИПС и Роспатента, Интернет-ресурс базы данных Федерального института промышленной собственности по товарным знакам и наименованиям места происхождения товаров, сервис Роспатента по общеизвестным и международным товарным знакам. Интернет-ресурсы фирм товаропроизводителей Республики Коми, научные статьи и монографии по теме творческой работы.

Глава 1. Понятия «национальный бренд» и «региональный бренд»

Данная творческая работа проводилась при обучении в Малой академии наук Федерального исследовательского центра «Коми научный центр Уральского отделения Российской академии наук» (далее МАН) по направлению «Школа инноваций», реализуемого Центром поддержки технологий и инноваций, действующем на базе Института химии ФИЦ Коми НЦ УрО РАН. В рамках прохождения обучения в МАН мною проведен информационный поиск по интернет ресурсам и установлено, что в проекте «Концепции продвижения национального и региональных брендов товаров и услуг отечественного производства на 2007-2008 годы» вводятся следующие понятия:

1) Бренд - в юридической и экономической литературе включает две составляющие: во-первых, это визуально выраженный символ товара или компании-производителя или продавца, во-вторых, это образ этого товара или компании, закрепившийся в сознании потребителей, а также репутация компании-производителя.²

2) Национальный бренд – это не только специфические товары, производимые в нашей стране, но и все символы, имена и достопримечательности, вызывающие устойчивые положительные ассоциации. Согласно предложениям Минэкономразвития России, национальный российский бренд должен представлять нашу страну как государство, обладающее уникальным потенциалом в области производства товаров и услуг, с богатым научным и образовательным потенциалом, культурными традициями, природно-рекреационными ресурсами и опираться на такие бренды товаров и услуг, как, например, "сделано в России", "Российское качество" и т.д.³ Поиск с использованием платформы Роспатента по зарегистрированным, общеизвестным и международным товарным знакам по словесным запросам «сделано в России», «Российское качество» представлен в Приложении 1.

² Официальный сайт Системы «Консультант +»/Статья: Понятие "бренд"[Электронный ресурс] URL: <https://www.ipnpu.ru/print/006654/> (дата обращения: 01.03.2024 г.).

³ Журнал «Капитал страны»/ Национальный бренд России: проблемы формирования [Электронный ресурс] URL: <https://www.ipnpu.ru/print/006654/> (дата обращения: 01.03.2024 г.).

3) Региональные бренды - это бренды российских городов и регионов, выступающие инструментом маркетинга территорий с целью привлечения инвестиций и кадровых ресурсов, а также бренды товаров и услуг, локализованных в определенной географической области "вологодское масло", "курорты Краснодарского края", туристический бренд "Золотое кольцо".⁴

Как выяснилось, товары с особыми качественными или этническими свойствами, обусловленные географическим положением региона тоже называют «региональными брендами».

Таким образом, бренд рассматривают в узком и широком смысле, в масштабах Страны и региона (Субъекта РФ), с последующим созданием зарубежного. В узком - как синоним товарному знаку, наименованию места происхождения товаров и географическому указанию, связанным с определенной территорией, товаром, услугой или видом работ. В широком смысле - это не только наименование с которым связывают определенную местность, но и любое иное средство индивидуализации товара, работ, услуг, как охраняемое, так и не охраняемое законодательством об интеллектуальной собственности, а также соответствующее отношение потребителей и иных лиц к местности и объектам, в том числе товарам, работам, услугам, которые связаны с этой местностью.

В масштабах страны рассматриваются товарные знаки признанные общественными или коллективными. Примером может служить национальный бренд «Сделано в России» — созданный при поддержке государства проекта Фонда «Росконгресс», организатора крупнейших конгрессно-выставочных мероприятий, среди которых Петербургский международный экономический форум, Российский инвестиционный форум, Восточный экономический форум и другие. Одним из ключевых элементов проекта является знак, который помещается на товары, рекламные материалы и сайты российских

⁴ Официальный сайт Системы «Консультант +»/ Статья: Региональные бренды России: основные направления развития/Фабричный С.Ю., Рузакова О.А. ("Патенты и лицензии", 2017, N 5) [Электронный ресурс] URL: <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&base=СЛ&n=109948&cacheid=C264627027EEC16D9FB0CD0FE1109BE6&mode=splus&rnd=zmK6w#ooEgI7UNDlgTDKUB> (дата обращения: 02.03.2024 г.).

производителей. У проекта амбициозные цели — расширить аудиторию для российских компаний на внутреннем и внешнем рынках в целях увеличения их оборота и клиентской базы.⁵

В масштабах региона рассматриваются наименования места происхождения товара и географические указания, касающиеся географической принадлежности, территориального происхождения и особых свойств товаров. Роспатент на своем официальном сайте ведет раздел «Региональные бренды», в котором приведена классификация зарегистрированных НМПТ и ГУ по областям: «Изделия народных художественных промыслов», «Минеральная вода», «Продукты питания и сельскохозяйственная продукция», «Алкогольная продукция», «Прочее».



ИЗДЕЛИЯ НАРОДНЫХ
ХУДОЖЕСТВЕННЫХ
ПРОМЫСЛОВ



МИНЕРАЛЬНАЯ
ВОДА



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ
ПРОДУКЦИЯ



АЛКОГОЛЬНАЯ
ПРОДУКЦИЯ



ПРОЧЕЕ

6

В части формирования зарубежных брендов образ России отягощен негативом. К сожалению, у России имидж не самый лучший, до сих пор многие иностранцы воспринимают Россию как страну медведей и балалаек, где люди живут если не в лесах, то в бараках, ходят в валенках и ушанках.⁷

⁵ Официальный сайт «Sjstav»/ статья Национальный бренд «Сделано в России»: от каталога до государственной стратегии [Электронный ресурс] URL: <https://www.sostav.ru/publication/sdelano-v-rossii-zachem-nuzhen-natsionalnyj-brend-26679.html> (дата обращения: 03.03.2024 г.).

⁶ Официальный сайт Роспатента/ Региональные бренды: НМПТ, ГУ [Электронный ресурс] URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/sourses/regional-brands> (дата обращения: 03.03.2024 г.).

⁷ Журнал «Капитал страны»/ Национальный бренд России: проблемы формирования [Электронный ресурс] URL: <https://www.ipnou.ru/print/006654/> (дата обращения: 03.03.2024г.).

Глава 2. Региональные бренды России

Сегодня в состав России входят 89 регионов. Все они имеют разную историю и традиции, у них разные ресурсы и народные промыслы. Но практически в каждом регионе без особого труда можно найти один или несколько брендов, которые широко известны не только в России, но и уже успели завоевать популярность на мировом уровне.

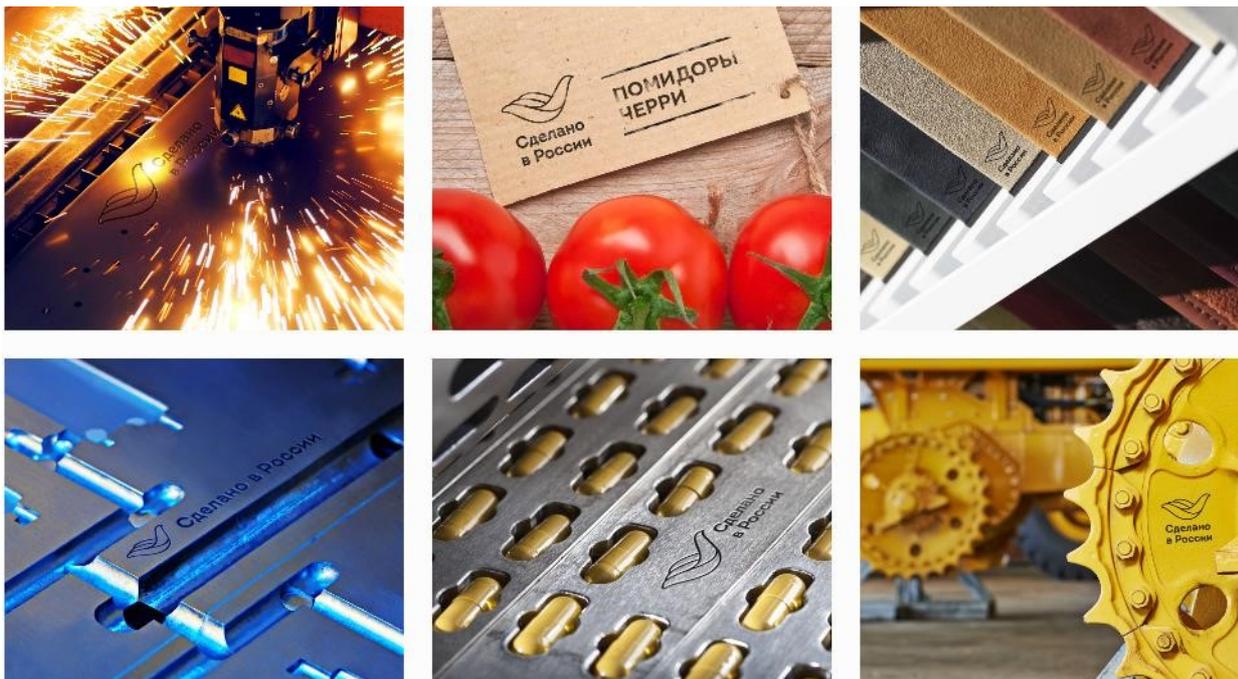
Приводя информационный поиск по сети Интернет, я выяснила что существует множество фирм, ведущих учет региональных брендов в Российской Федерации.

Так проект «Сделано в России» направлен на предоставление возможности



права использования Логотипа  распространяется на основе свободной лицензии на безвозмездной основе для компаний, физических лиц, органов государственной власти и государственных корпораций. Компаниям и физическим лицам, использующим логотип, предоставляется на безвозмездной основе возможность публикации 5 (пяти) информационных поводов в год в новостных лентах «Сделано в России», в том числе бесплатное размещение новостей о размещении логотипа на продукции, выпуске продукции с логотипом и другом его использовании. Логотип в рамках поддержки бренда «Сделано в России», рекомендуется к размещению на продукции, рекламных материалах и сайтах с обратной ссылкой на информационно-торговую систему «Сделано в России» madeinrussia.ru.⁸ В качестве примера фактического размещения логотипа «Сделано в России» на продукции и рекламных материалах можно указать следующие фото:

⁸ Официальный сайт «Сделано в России» [Электронный ресурс] URL: <https://madeinrussia.ru/ru/companies> (дата обращения: 05.03.2024г.).



9

Существует проект «Вкусы России», реализуемый Министерством сельского хозяйства Российской Федерации с 2020 года в рамках конкурса национальных региональных брендов продуктов питания «Вкусы России». По итогам конкурса Минсельхоз РФ издает каталоги региональных брендов из числа участников конкурса. При этом в каталоге указаны исторические и традиционные отсылки к возникновению той или иной продукции/товара. Так в 2020 году в мероприятии приняло участие 79 регионов Российской Федерации и заявлен 491 бренд.¹⁰ Ознакомившись с участниками конкурса «Вкусы России» можно выделить следующие интересные продукты и товары, связанные с определенной территорией, являющиеся:

1) Марийская клюква в сахарной пудре (Республика Марий Эл) - к клюкве в Марий Эл - особое внимание. Это клюква. Ягода, добываемая в болотистой местности, самая поздняя из даров природы. Законодательство каждый год регламентирует время начала сбора. Обычно сезон начинается в начале сентября,

⁹ Официальный сайт «Сделано в России»/ раздел Логотип «Сделано в России»/ Логотип в жизни [Электронный ресурс] URL: <https://madeinrussia.ru/ru/project-logo> (дата обращения: 05.03.2024г.).

¹⁰ Официальный сайт конкурса «Вкусы России» [Электронный ресурс] URL: <https://xn--b1amagulgcар3g.xn--plai/catalog/> (дата обращения: 05.03.2024г.).

это связано с созреванием ягоды, когда клюква насыщается всеми полезными свойствами.¹¹



2) Татарский вяленый гусь (Республика Татарстан) - ломтики вяленого гуся имеют темно-красный, рубиновый цвет и плотную структуру. Вкус мяса – приятный, солено-вяленый. Упакованы в вакуумную упаковку. Немаловажным является уникальный традиционный рецепт, передающийся из поколения в поколение, по которому готовится вяленый гусь, вкус которого не спутать ни с каким другим. Благодаря ему ломтики мяса получаются невероятно нежными, тающими во рту.¹²



3) Сыры из Сыростана (Челябинская область) - с давних времен людям известно, что на вкус сыра влияет место, где производится молоко. Вода, воздух, солнце, травы, которые находятся на лугах горных склонов Южного Урала влияют на качество и вкус молока. Технология быстрого охлаждения при сборе сырья, а также щадящая пастеризация позволяет сохранять все самые полезные свойства молока. На 90% производство сыростанских сыров- это ручной труд.¹³

¹¹ Электронный каталог конкурса «Вкусы России»/Марийская клюква в сахарной пудре [Электронный ресурс] URL: <https://xn--b1amagulcap3g.xn--p1ai/nominees/4557411/> (дата обращения: 05.03.2024г.).

¹² Электронный каталог конкурса «Вкусы России»/ Татарский вяленый гусь [Электронный ресурс] URL: <https://xn--b1amagulcap3g.xn--p1ai/nominees/2835162/> (дата обращения: 05.03.2024г.).

¹³ Электронный каталог конкурса «Вкусы России»/ Сыры из Сыростана [Электронный ресурс] URL: <https://xn--b1amagulcap3g.xn--p1ai/nominees/2823002/> (дата обращения: 05.03.2024г.).



Среди популярных региональных брендов, также известны в мире – суздальская медовуха, оренбургский пуховый платок, севанская форель, тульские пряник и самовар, якутские бриллианты, крымские вина, нижегородская хохлома, уральские самоцветы, луховицкие огурцы, вологодское масло.¹⁴ Более подробно о победителях и финалистах конкурса национальных региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» можно узнать по ссылке <https://xn--b1amagulgcap3g.xn--p1ai/catalog/#results>.

Роспатент при поддержке Министерства экономического развития также реализует проект «Региональные бренды России». Можно сказать, что это единственный проект, который включает бренды охраняемые в качестве географических указаний и наименований мест происхождения товара. Роспатент ведет полный список зарегистрированных ГУ и НМПТ с 2020 г.¹⁵ Однако, в данный список не входят зарегистрированные товарные знаки, промышленные образцы, которые тоже могут быть региональными брендовыми услугами или товарами, обозначающие специфику и принадлежность к юридическому лицу, осуществляющему уникальную деятельность на определенной территории. Федеральный институт промышленной собственности ведет Государственные реестры ГУ и НМПТ, который включает данные с 2008 года.¹⁶

¹⁴ Официальный сайт «Текстильный портал России»/ статья Сделано в России: новые региональные бренды готовы покорять мировой рынок [Электронный ресурс] URL: <http://ros-textile-portal.ru/sdelano-v-rossii-novye-regionalnye-brendy-gotovy-pokoryat-mirovoj-rynok/> (дата обращения: 06.03.2024г.).

¹⁵ Официальный сайт Роспатент/Информация и сервисы/Региональные бренды/Зарегистрированные ГУ и НМПТ [Электронный ресурс] URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/sourses/regional-brands/registered> (дата обращения: 06.03.2024г.).

¹⁶ Официальный сайт ФИПС/ Открытие реестры/реестр ГУ и НМПТ [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/registers-web/action?acName=clickRegister®Name=RUGP> (дата обращения: 06.03.2024г.).

Ниже приведены примеры зарегистрированных наименований мест происхождения товара и географических наименований, обладающих особыми свойствами, обусловленными природными условиями регионов России и (или) людскими факторами или идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар.

1) Свидетельство № 300/1 о государственной регистрации ГУ «ТОМСКАЯ БЕРЕСТА»¹⁷, Обладатель охранного свидетельства Общество с ограниченной ответственностью «Богара», адрес обладателя: 634040, г. Томск, ул. Владимира Высоцкого, 28, стр. 4. Указание товара: изделия из бересты утилитарного и декоративного назначения. Примеры изделий из Томской бересты:



2) Свидетельство № 301/1 о государственной регистрации НМПТ «ВОЛХОВСКАЯ РОСПИСЬ»¹⁹, Обладатель Общество с ограниченной ответственностью «Волховская роспись», адрес обладателя: 187406, Ленинградская область, Волховский район, г. Волхов, ул. Авиационная, 48, помещ. № 213/1. Указание товара: изделия из дерева утилитарно-декоративного назначения с росписью. Примеры изделий с росписью:

¹⁷ Свидетельство № 300/1. Томская береста: № 2022709648 : заявл. 12.02.2022: опубл. 07.11.2022/ заявитель, патентобладатель ООО «Богара». – 4 с.

¹⁸ Официальный сайт ООО «Богара» [Электронный ресурс] URL: <https://bogara.ru/> (дата обращения: 06.03.2024г.).

¹⁹ Свидетельство № 301/1. Волховская роспись: № 2020764958: заявл. 08.11.2021: опубл. 01.02.2023/ заявитель, патентобладатель ООО «Волховская роспись». – 4 с.



20

3) Свидетельство № 136 о государственной регистрации НМПТ «МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА "ПЕРМСКАЯ"»²¹ (обладатель в официальных реестрах не указан), товар - минеральная вода, место происхождения (производства) товара (границ географического объекта) - Скважина № 5/76, расположенная в пределах Верхне-Муллинского месторождения минеральных вод, расположенного на юго-западной окраине г. Перми на правом берегу р. Мулянки, являющейся левым притоком р. Камы. Примеры описания и фото продукции воды минеральной лечебно-столовой газированной «Пермская»:



22

Так же ФИПС ведет Государственный реестр ТЗ²³ и государственный реестр ПО²⁴, который содержит в себе зарегистрированные изображения в отношении определенных классов МКТУ и МКПО. На мой взгляд для выявления региональных брендов, охраняемых в качестве товарных знаков (в том числе

²⁰ Страница в социальных сетях ООО «Волховская роспись» [Электронный ресурс] URL: https://vk.com/artcraft_nw (дата обращения: 06.03.2024г.).

²¹ Свидетельство № 136. минеральная вода «Пермская»: № 2012728049 : заявл. 15.08.2012: опубли. 12.09.2014; заявитель, патентобладатель – электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС : [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/Archive/TM/2014FULL/2014.09.12/DOC/DOCURUGP/DOC013V3/D01360D1/01360000/docum ent.pdf> (дата обращения: 06.03.2024).

²² Каталог брендов Drinkinfo.ru/ Минеральная вода Пермская [Электронный ресурс] URL: <https://drinkinfo.ru/brand/mineral-naaya-voda-permskaya-297> (дата обращения: 06.03.2024г.).

²³ Официальный сайт ФИПС/ Открытие реестры/ Реестр товарных знаков и знаков обслуживания РФ [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/registers-web/action?acName=clickRegister®Name=RUTM> (дата обращения: 07.03.2024г.).

²⁴ Официальный сайт ФИПС/ Открытие реестры/ Реестр промышленных образцов РФ [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/registers-web/action?acName=clickRegister®Name=RUDE> (дата обращения: 07.03.2024г.).

коллективных, общественных) необходимо при подаче заявки на регистрацию сделать отметку, что изображение символизирует услуги и товары, относящиеся к региональным брендам.

Ниже приведены примеры зарегистрированных ТЗ и ПО, которые символизируют услуги и товары, относящиеся к региональным брендам.

1) Свидетельство № 564553 о государственной регистрации ТЗ «Хохлома золотая «Семёновская»²⁵, правообладатель Ордена "Знак Почета" акционерное общество "ХОХЛОМСКАЯ РОСПИСЬ", адрес правообладателя: 606651, Нижегородская область, г. Семенов, ул. Чкалова, 18.

Классы МКТУ и перечень товаров и/или услуг: 16 - картины [рисунки] с изображением святых обрамленные или необрамленные. 20 - изделия из древесины художественно-декоративного и утилитарного назначения; багеты для картин; изделия художественные резные деревянные и пр. 21 - блюда; блюда-подносы для овощей; блюдца; вазы; вазы для обеденного стола; вазы для фруктов; графины и пр. 28 - игрушки в виде расписных кукол с куклами меньшего размера внутри.

Изображение зарегистрированного товарного знака и других товаров правообладателя:



26

²⁵ Свидетельство № 564553. ТЗ «Хохлома золотая «Семёновская»: № 2013726209: заявл. 31.07.2013: опубл. 12.03.2016; заявитель, патентобладатель Ордена "Знак Почета" Акционерное общество "ХОХЛОМСКАЯ РОСПИСЬ" – электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/Archive/TM/2016FULL/2016.03.12/DOC/DOCURUTM/DOC564V3/D56455D1/56455300/document.pdf> (дата обращения: 07.03.2024).

²⁶ Официальный сайт «Семенов Хохломская роспись» [Электронный ресурс] URL: <https://goldenhohloma.com/goldenhohloma/hohlomatoday/> (дата обращения: 07.03.2024).

2) Патент № 129609 на промышленный образец «Уникальная Россия»²⁷, правообладатель Общество с ограниченной ответственностью "ИНТЕЛЛЕКТ ИНВЕСТ", адрес правообладателя: 121 309, Москва, ул. Сеславинская, дом 32, корп. 2, этаж 1, пом. 1, ком. 3. Международная классификация промышленных образцов: класс 32 - графические символы и логотипы, декоративные поверхности, орнаменты; Изображения графические [двухмерные]; Логотипы и пр. Промышленный образец зарегистрирован в 2 вариантах:

- Логотип художественно-промышленной выставки-форума «Уникальная Россия» (вариант 1)



- Логотип художественно-промышленной выставки-форума «Уникальная Россия» (вариант 2)



Данный промышленный образец можно отнести к Национальному бренду так как охраняется логотип выставки –форума, как специфических услуг, производимых в нашей стране под лозунгом «Уникальная Россия». Организаторы художественно-промышленной выставки-форума говорят следующие слова об уникальности России: «Россия уникальна как страна-цивилизация! Россия уникальна своими людьми открытыми, искренними,

²⁷ Патент № 129609. ПО «Уникальная Россия»: № 2021501723; заявл. : 06.04.2021; опубл. 02.02.2022; заявитель, патентобладатель ООО "ИНТЕЛЛЕКТ ИНВЕСТ" – электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/ofpstorage/Doc/PO/RUNWS/000/000/000/129/609/%D0%9F%D0%9E-00129609-00001/document.pdf> (дата обращения: 07.03.2024).

дружелюбными, творческими, целеустремлёнными, стоящими за Правду! Россия уникальна своей духовностью и умением жить в дружбе между народами! Россия уникальна своей наукой, культурой и искусством! Россия уникальна своими технологиями, изобретениями, масштабными проектами и достижениями! Россия уникальна своими территориями и разнообразием природных ландшафтов! Россия уникальна своей позицией в мире – она всегда занимает позицию миротворца! Россия уникальна во всём!».²⁸

Подводя итоги по главе 2 необходимо отметить, что Россия действительно уникальна в том, что объединяет многие культуры, традиции, обычаи и вековую историю разных народностей, которые выражаются во многочисленном разнообразии специфичных и уникальных товаров, продуктов, изделий, услуг, как результаты интеллектуальной деятельности инновационных организаций и изобретателей-новаторов. Эти результаты интеллектуальной деятельности выражаются в виде региональных брендов, как охраняемых так и подлежащих охране. И радует тот факт, что в настоящее время Правительством Российской Федерации предпринимаются меры по сохранению и развитию уникальных брендов регионов и нации.

²⁸ Официальный сайт художественно-промышленной выставки «Уникальная Россия»/ О выставке [Электронный ресурс] URL: <https://xn--80aawchhkektmap5kybf.xn--p1acf/%d0%be-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b5%d0%ba%d1%82%d0%b5/> (дата обращения: 07.03.2024).

Глава 3. Бренд Коми «Воркутинская оленина»

Обучаясь в Малой академии наук ФИЦ Коми НЦ УрО РАН, я поступила на практику в отдел по инновационной и патентно-юридической деятельности Института химии ФИЦ Коми НЦ УрО РАН, где я узнала о том, что Центр поддержки технологий и инноваций, осуществляющий свою деятельность на базе патентного отдела, помог зарегистрировать первый региональный бренд в Республике Коми – «Воркутинская оленина».

Информационное агентство «КомиИнформ» пишет, что Производственный сельскохозяйственный кооператив «Оленевод» (далее ПСК «Оленевод») запатентовал право использовать наименование места происхождения товара «Воркутинская оленина» для маркировки своей продукции. Охранное свидетельство выдано Роспатентом по итогам проведенной экспертизы. Мясо оленя, мясопродукты и субпродукты из оленины обладают особыми свойствами т.к. используется мясо молодых оленей, пасущихся на территории с уникальным растительным миром, которая расположена на северо-востоке Республики Коми в большой земельной тундре к западу от отрогов Полярного Урала, граничащая с Интой, Заполярным районом Ненецкого округа Архангельской области и с ЯНАО. Северные олени отличаются повышенной энергией роста и развития. Экспертизой подтверждено, что «Оленина имеет особые вкусовые, диетические и целебные качества, в пищевом отношении является высокопитательным продуктом, богатым полноценными белками». ²⁹

На фото представлена презентация продукции ПСК "Оленевод" под региональным брендом Республики Коми «Воркутинская оленина». Продукцией ПСК «Оленевод» уже заинтересовались в Финляндии, в перспективе предприятие готово выйти на мировой рынок готовой продукции.

²⁹ Информационное агентство «КомиИнформ»/ПСК «Оленевод» запатентовал «Воркутинскую оленину» [Электронный ресурс] URL: <https://komiinform.ru/news/185129> (дата обращения: 10.03.2024).



30

Исключительные права на региональный бренд в Республике Коми «Воркутинская оленина» охраняется Свидетельством № 205 на НМПТ «ВОРКУТИНСКАЯ ОЛЕНИНА»³¹, заявка № 2018758007, дата подачи заявки 27.12.2018, дата публикации 10.06.2019, Бюл. № 11.

Ознакомившись с Административным регламентом предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности (Роспатентом) государственной услуги по государственной регистрации географического указания и предоставлению исключительного права на такое географическое указание и государственной регистрации наименования места происхождения товара и предоставлению исключительного права на такое наименование, а также выдаче свидетельства об исключительном праве на географическое указание, наименование места происхождения товара, его дубликата, я приступила к изучению архива делопроизводства по заявке на регистрацию НМПТ «Воркутинская Оленина». Мною было изучено заявление о регистрации в качестве НМПТ, где заполнены следующие разделы «адрес для переписки», «Заявитель и индикаторы заявителя (ОГРН, КПП, ИНН)», «название заявляемого обозначения», «указание товара», «указание особых свойств товара», «место происхождения (производства) товара (границы географического объекта)», «раздел уплаты патентных пошлин», «раздел перечень прилагаемых документов», «подпись заявителя и дата».

³⁰ Страница в социальных сетях ПСК «Оленевод»/Деликатесы севера Воркута Оленина [Электронный ресурс] URL: <https://vk.com/public98396481> (дата обращения: 10.03.2024г.).

³¹ Свидетельство № 205. НМПТ «Воркутинская Оленина»: № 2018758007: заявл. 27.12.2018: опубл. 10.06.2019; заявитель, патентобладатель ПСК «Оленевод»/– электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/ofpstorage/Doc/TM/RUNWGP/000/000/002/050/000/%D0%9D%D0%9C%D0%9F%D0%A2-000205-00001/document.pdf> (дата обращения: 10.03.2024).

Для предоставления государственной услуги в части государственной регистрации НМПТ заявителем ПСК «Оленевод» кроме заявления о регистрации НМПТ в комплект документов также входили следующие документы:

- Запрос о предоставлении государственной услуги по выдаче заключения, прилагаемого к заявке на государственную регистрацию НМПТ и на предоставление исключительного права на такое наименование, которое содержит сведения о том, что в границах данного географического объекта заявитель производит товар, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами;

- Приложение №1 к запросу о предоставлении государственной услуги по выдаче заключения «Информация с указанием места происхождения (производства) товара с указанием границ географического объекта с приведенным описанием таких границ, а также описание сырья для производства товара (с указанием границ его производства)»;

- Приложение №2 к запросу о предоставлении государственной услуги по выдаче заключения «Описание установления зависимости перечисленных особых свойств товара от характерных для данного географического объекта природных условий и (или) людских факторов, подписанное заявителем»;

- Приложение №3 к запросу о предоставлении государственной услуги по выдаче заключения «Описание особых свойств товара, в отношении которого будет использоваться наименование места происхождения товара, подписанные заявителем»;

- Приложение №4 к запросу о предоставлении государственной услуги по выдаче заключения «Перечень технологических приемов, применяемых при производстве для обеспечения качества продукции, подписанный заявителем»;

- Приложение №5 к запросу о предоставлении государственной услуги по выдаче заключения «Сведения о физико-химических и органолептических показателях продукции, в отношении которой будет использоваться НМПТ, подтверждающие особые свойства товара (срок предоставления указанных

сведений не должен превышать одного года с даты их составления), заверенные заявителем»;

- Ответ на запрос о предоставлении государственной услуги по выдаче заключения от Федерального государственного бюджетного научного учреждения «Федеральный научный центр пищевых систем им. В.М. Горбатова», Заключение по результатам экспертизы;

- Ответ Министерства сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми на запрос Министерства сельского хозяйства Российской Федерации;

- Копия Постановления Главы муниципального образования города «Воркута» о предоставлении земельного участка ПСК «Оленивод» в аренду сроком на 20 лет для оленьих пастбищ.

Анализируя документы, я могу сделать вывод, что специалисты ЦПТИ ФИЦ Коми НЦ УрО РАН, для завершения делопроизводства и получения свидетельства НМПТ на «Воркутинскую оленину» приложили не мало усилий и неоднократно обращались с запросами в различные ведомства и организации. В целом делопроизводство длилось чуть больше 5 месяцев. Выдержки из делопроизводства по заявке на регистрацию НМПТ «Воркутинская оленина» приведены в Приложении 2.

На сегодняшний день ПСК «Оленивод» тесно сотрудничает с ЦПТИ ФИЦ Коми НЦ УрО РАН. Коллеги прикладывая усилия по продвижению бренда «Воркутинская оленина», так в 2021 году на VIII съезде Центров поддержки технологий и инноваций (ЦПТИ) России в г. Великий Новгород, состоялась презентация продукции ПСК «Оленивод» с дегустацией и сбором отзывов и предложений о продуктах. Обработка отзывов и обратная связь с дегустантами, привело расширению ветки продуктов «Деликатесы Севера» и создание продукции для лиц придерживающихся правильного питания, где оленина подвергается минимальной обработке с добавлением минимум ингредиентов (соль, специи, пряности и пр.).

Глава 4. Региональные бренды Республики Коми моими глазами (мой продукт проекта)

В данной главе я провела анализ товаров и изделий народного промысла, которые могут быть зарегистрированы в качестве региональных брендов Республики Коми.

Для чего нужно анализировать товары и народные промыслы, которые могут быть представлены как региональные бренды Республики Коми? Я думаю, что для того, чтобы:

- выявить традиционные, уникальные товары, производимые в Республике Коми;
- обеспечить особым товарам правовую охрану и исключительное право на производство только на территории Республики;
- возродить в республике многие забытые ремесла и промыслы.

Изучая народные промыслы народа коми, я убедилась, что во многих районах республики сохранились народные ремесла и художественные промыслы, которые пришли от дедов и прадедов. К народным ремеслам, которые обладают этническими особенностями народа коми можно отнести:

- гончарство, этнические особенности коми выражаются в росписи самодельной глиняной посуды;
- технологическую обработку бересты или ивовой лозы и изготовление из полученных природных материалов, например, художественно оформленного берестяного короба для грибов и ягод, ведра, корзины, посуды;
- изготовление из древесины, произрастающей в Коми, кружек, тазиков, ведер, в том числе для колодцев и других предметов, которые делались путем выдалбливания, и которые, благодаря обработке не растрескивались и сохраняли герметичность;
- традиционным для коми народа является изготовление валенок из шерсти и их украшение;
- скорняжий промысел, в том числе изготовление одежды и пим из оленьих шкур с орнаментом народа коми;

- узорное вязание и плетение скатертей, занавесок, подвесок для кроватей и других украшений быта (у нас до сих пор сохранились вязанные и плетенные прабабушкой скатерти);

- узорная вышивка;

- ткачество и изготовление из обработанных природных материалов холстов, мешковин, полотенец, поясов, половичков для украшения комнат в доме и других изделий с орнаментами и национальными узорами коми (от прапрабабушки сохранился ткацкий станок).

По интернет ресурсам я провела поиск выпускаемых товаров (изделий) и выявила следующие возможные бренды Республики Коми.

4.1. Продуктовые бренды, особые свойства которых обусловлены природными факторами.

К продуктовым брендам можно отнести:

1. сереговская минеральная вода.

«Сереговская» — природная минеральная лечебно-столовая вода, производится на основе минерального рассола из скважины глубиной 500 метров курорта Серегово, Республика Коми. Производитель: ООО «Эколайн», г. Сыктывкар, Республика Коми, Россия.



2. сереговская соль.

Сереговский солеваренный завод был в Коми крае первым промышленным предприятием. В течение нескольких веков он снабжал солью не только жителей Коми края, но и многих соседей. С середины 1980-х годов производство соли на Сереговском солезаводе стало



сокращаться, а в 2001 г. завод и вовсе прекратил свое существование. Построят ли новый соляной завод в с. Серегово никто не знает. Но глубоко под землей и по сей день залегают около 5 млрд. тонн ценнейшего стратегического сырья.

3. Вода Краснозатонская.

Вода "Краснозатонская Серебряная" - "пионер" и лидер рынка питьевой бутилированной воды в г. Сыктывкаре и Республике Коми с 1998 года. Отличные вкусовые свойства и приятный сервис сегодня ценят сегодня тысячи постоянных потребителей. Компания-производитель располагает собственной службой доставки в Сыктывкаре и пригородах. В розницу и в других населенных пунктах Республики вода продается через дилеров. Производитель: ООО «Эколайн», г. Сыктывкар, Республика Коми, Россия.



4. Печорская семга.

Печорская семга, преодолевая тысячи километров идет к местам своего нереста в реке Печора из Северного ледовитого океана. Печорская семга, отливающая нежным розовым цветом, весом до 12 кг. Это единственный в мире вид атлантического лосося, у которого жирность достигает 20%. Печорская семга – самая вкусная и жирная из всех сортов, встречающихся в наших северных реках. Производители: ООО «Путина», ООО «Комирыба».



5. Северная морошка.

Морошка. Царская ягода Севера, по-коми – мырпом. Это многолетнее растение болотных экосистем Севера. В южных и центральных районах Коми морошку можно встретить в сырых сосняках и ельниках, а также на болотах. Здесь она зацветает в конце мая – начале июня. А в северных районах в тундровой зоне республики морошка встречается практически повсеместно. Благодаря физико-географическим условиям и обширной территории, около восьми процентов Коми составляют болота, республика представляет собой уникальный регион для сохранения, воспроизводства и рациональной заготовки этой северной ягоды.



4.2. Бренды, обеспеченные этносом Коми народа.

К этническим брендам можно отнести:

1. коми шаньги.

Фирменными блюдами национальной коми кухни по сей день называют шаньги – открытые пирожки, которые готовятся из ржаного теста с добавлением большого количества начинки (крупяной или картофельной). Шаньги – открытая лепешка с начинкой – безусловный бренд Коми народа. Шаньга происходит от слова «шонді» (солнце) и потому чаще всего бывает круглой формы. Однако, например, на Удоре пекут квадратные.



2. капуста коми посола (Шома капуста).

Традиционное блюдо окончания сбора урожая. При первых заморозках в деревнях и селах разводили костры, ставили на огонь большие чаны и варили капусту, которую далее засаливали на зиму. В разных районах Коми данный формат блюда имеет свои особенности. Где-то капусту варят кочанами, где-то делят на половины или четверти. Добавляют анис или дикие травы. В любом случае Шома капуста – это традиционный рецепт народов Республики Коми.



3. коми роспись.

Эта художественная традиция существенно отличается от крестьянских росписей Русского Севера и Урала — образцы удорской росписи во многом уникальны по технике исполнения, орнаментальному канону и художественно-стилистическим особенностям. Росписью по дереву на Удоре занимались коми мастера из старообрядческих родов Рохмановых-Матевых, Палевых и Коровиных. «Центрами» по производству



расписной деревянной утвари на р.Вашка были село Чупрово и деревни Острово, Верхозерье и Тойма. В 1990-е – 2000-е гг. уникальные образцы удорских расписных изделий были зафиксированы в ходе совместных этнографических экспедиций на р. Вашка.



4. коми узоры – вышивка и ткачество народа.

Летские коми мастерицы в совершенстве владели искусством художественной вышивки, которая выполнялась на женских головных уборах и рубашках хлопчатобумажными, шелковыми и шерстяными нитями белого и разнообразными оттенками красного цвета – от вишневого до терракотового. Контуры узоров на головных уборах вышивались черным цветом, в орнаментальные композиции также вводились нити зеленого, желтого, коричневого, голубого цветов, но основными были нити различных оттенков красного цвета.



5. коми пано из оленьего меха.

Изготовление и украшение изделий из меха исторически широко применяется в быту у ижемских коми, традиционного занимающихся оленеводством. Искусство меховой мозаики, которое получило яркое, самобытное развитие у ижемские коми оленеводов – феномен, сформировавшийся на трансграничье самодийской (ненцы) и обско-угорской (ханты и манси) традиций. В каждой семье ижемских коми можно увидеть меховую одежду, обувь и различные хозяйственные предметы, декорированные в технике меховой аппликации.



6. ижемские пимы.

Национальным достоянием считаются Ижемские пимы. Они шьются из оленьей шкуры, без использования ниток. Все шьется сухожилиями из ноги оленя. Поэтому такая обувь очень прочная и носится десятилетиями.



7. коми игрушка – Пера – богатырь.

Родился Пера в семье князя-жреца иньвенских коми-пермяков, легендарного богатыря Кудым-Оша и мансийской княжны Костэ около реки Лупья. По другим верованиям, он был сыном тайги Парма. Два самых распространенных предания о Пере - это легенда о его столкновении с лесным духом Вёрса и о победе над вражеским войском, впереди которых двигалось «огненное колесо».



4.3. Бренды, обусловленные традиционными технологиями.

К технологическим коми традиционным народным брендам можно отнести:

1. Выльгордские валенки.

Выльгортская сапоговаляльная фабрика берёт начало с цеха по ручному производству валенок, который открылся в декабре 1946 года на базе Сыктывдинского Промкомбината. В настоящее время ассортимент выпускаемой продукции представлен детской, женской и мужской валяной обувью, валенками на прорезиненной и термоподошвах. Продукция пользуется большим спросом не только в Республике Коми, но и далеко за её пределами. География поставок охватывает всю Россию.



2. Коми одежда из меха.

Северные коми широко использовали такую одежду как малича (глухая верхняя одежда мехом внутрь) или совик (глухая верхняя одежда из оленьих шкур мехом наружу), пимы (меховые сапоги) и др. Один из коми способов украшения одежды, обуви, головных уборов, предметов домашнего обихода народов Севера – меховая мозаика. Ижемцы - северная группа коми, поэтому в их быту широко применяются богато орнаментированные изделия из меха: одежда, обувь, сумки. Ижемские мастерицы вносят изменения в традиционную технологию покроя и декорирования меховой одежды и предметов быта. Они любой узор всегда воспроизводят по памяти, поэтому даже при повторении первоначальный изобразительный мотив неизбежно меняется, утрачивает некоторые детали и приобретает новые.



4.3. Бренды, обусловленные специфическими услугами в коми

Слоган «отдыхаем в Коми»

Предоставление услуг о туристических маршрутах по Сыктывкару и Республике Коми, а также календарь предстоящих событий поможет составить интересную программу для незабываемого путешествия. Сведения о культурно-исторических достопримечательностях и природных красотах республики. Поставщик: АНО «Агентство по развитию туризма и продвижению Республики Коми».



В заключении хотелось бы отметить, что на сегодняшний день в Республике Коми нет заинтересованности производителей в регистрации своей продукции в качестве региональных брендов. Это во многом зависит от программ социально-экономического развития Региона, мер поддержки инновационных предприятий и физических лиц, оказываемых органами исполнительной власти Республики Коми в виде грантов и субсидий.

Глава 5. Маркетинг и правовая охрана потенциальных брендов Республики Коми

Ознакомившись с IV частью Гражданского кодекса РФ, включающей правовые нормы, регулирующие права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, мною было выявлено, что результатам интеллектуальной деятельности (РИД) предоставляется правовая охрана, если они являются объектами интеллектуальной собственности, указанными в ст. 1225 IV части Гражданского кодекса Российской Федерации.

Среди объектов интеллектуальной собственности указаны следующие результаты интеллектуальной деятельности, которые могут быть зарегистрированы в качестве национальных и/или региональных брендов:

- фирменные наименования (ФН);
- товарные знаки и знаки обслуживания (коллективные, общественные) (ТЗ, КЗ, ОЗ);
- наименования мест происхождения товаров (НМПТ);
- географические указания (ГУ);
- промышленный образец (логотип) (ПО).

Фирменное наименование – это наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, которое закреплено в его учредительных документах и включено в единый государственный реестр юридических лиц при его государственной регистрации.³² Фирменное наименование обязательно должно содержать организационно-правовую форму юридического лица (т.е. какую ответственность оно несет, как проводятся сделки, какой выбран метод управления и как решаются разные хозяйственные вопросы)³³, при этом фирменное наименование не может

³² Официальный сайт Системы «Консультант +»/ст. 1473 «Фирменное наименование» Гражданского Кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/d36a4b7f0e75db56ba6e7f8c76a44a8b8a22ade5/ (дата обращения: 12.03.2024 г.).

³³ Сайт «Совкомблог»/ Что такое организационно-правовая форма предприятия простыми словами/Мария Кузина [Электронный ресурс] URL: <https://journal.sovcombank.ru/glossarii/chto-takoe-organizatsionno-pravovaya-forma-predpriyatiya-prostimimi-slovami> (дата обращения: 12.03.2024 г.).

состоять из слов, обозначающих только род деятельности юридического лица.

Товарный знак – это средство индивидуализации товаров в виде словесных, изобразительных, объемных и других обозначений или их комбинации, которые отличают товары одних производителей от других. На товарный знак может быть выдано охранное свидетельство в любом цвете или цветовом сочетании, если он является новым. Никто не вправе без разрешения правообладателя использовать сходные с его товарным знаком обозначения.

Наименование места происхождения товара – это обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами.³⁴

Географическое указание – это обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого в значительной степени связаны с его географическим происхождением (характеристики товара). На территории данного географического объекта должна осуществляться хотя бы одна из стадий производства товара, оказывающая существенное влияние на формирование характеристик товара.³⁵

Коллективный знак – это товарный знак, предназначенный для обозначения товаров, производимых или реализуемых входящими в данное

³⁴ Официальный сайт Системы «Консультант +»/ст. 1516 «Географическое указание и наименование места происхождения товара» Гражданского Кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/11b7a515e3a042b436472a2a5a679e5cf09f13f8/ (дата обращения: 12.03.2024 г.).

³⁵ Там же (дата обращения: 12.03.2024 г.).

объединение лицами и обладающих едиными характеристиками их качества или иными общими характеристиками. Коллективным знаком может пользоваться каждое из входящих в объединение лиц.³⁶

Общеизвестный товарный знак – это обозначение охраняемое в товарного знака в Российской Федерации на основании его государственной регистрации или в соответствии с международным договором Российской Федерации, либо обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Российской Федерации, которое по заявлению лица, и на основании решения федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности было признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, при условии что данный товарный знак или обозначение в результате интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату широко известны в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.³⁷

Для обеспечения комплектной правовой охраны брендов результаты интеллектуальной деятельности могут получить охрану в качестве промышленных образцов – это решение внешнего вида изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства. Промышленному образцу предоставляется правовая охрана, если по своим существенным признакам он является новым и оригинальным.³⁸

В целом на сегодняшний день в России стоит задача в создании региональных брендов, как части национальных брендов для последующего закрепления зарубежных брендов, используемых в отношении товаров, работ,

³⁶ Официальный сайт Системы «Консультант +»/ст. 1510 «Право на коллективный знак» Гражданского Кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/db56aa1593a8254f03e2a45e2a8be605bc1dcc27/ (дата обращения: 12.03.2024 г.).

³⁷ Официальный сайт Системы «Консультант +»/ст. 1508 «Общеизвестный товарный знак» Гражданского Кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/a7ea41ca53219ff2bd5b12ff9d499f43b8546876/ (дата обращения: 12.03.2024 г.).

³⁸ Официальный сайт Системы «Консультант +»/ст. 1352 «Условия патентоспособности промышленного образца» Гражданского Кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/c9215606f5a79df1a88066c357347f4a8d61f7c0/ (дата обращения: 12.03.2024 г.).

услуг и исторических фактов происходящего с определенной территории Российской Федерации, формирующие имидж нашей страны в современном мире.

Проблемы правовой охраны национальных и региональных брендов, как средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий в области различных товаров, продуктов, напитков, работ и услуг в области туризма или санаторно-курортных мест, медицинских или иных специфических предприятий обусловлены необходимостью комплексной правовой охраны, регистрации: как в качестве товарного знака (возможно как коллективный товарный знак или общеизвестный товарный знак), так и географического указания и/или наименования места происхождения товара, фирменного наименования их принадлежностью к разным отраслям законодательства, наличием противоречий и необходимостью упорядочения их на одной теоретической основе. Также проблема заключается в обеспечении охраны каждого вида различной продукции, товаров, напитков или услуг/работ, что требует от правообладателя больших финансовых затрат.

Не мало важным вопросом является маркетинг брендов. Маркетинг это - это продвижение продуктов. Главные задачи маркетинга — понять, чего хотят потребители, как удовлетворить их потребности, и продать им продукт, чтобы получить прибыль.³⁹

В Республике Коми нет специалистов по маркетингу брендов и к тому же нет систем опроса потребителя для выявления из запросов. Единственным методом, применяемым предприятиями производителями, является система опроса на сайтах и путем рассылки.

В основном брендовые товары просто поставляются в сеть республиканскую магазинов МАТÖ, а также популяризация осуществляется на

³⁹ Интернет ресурс «Просто о сложном: что такое маркетинг, какие у него задачи и как узнать о нём больше» [Электронный ресурс] URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/prosto-o-slozhnom-chto-takoe-marketing-kakie-u-nego-zadachi-i-kak-uznat-o-nyem-bolshe/> (дата обращения: 13.03.2024 г.).

выставках, организуемых Торгово-промышленной палатой Республики Коми на платной основе.

На мой взгляд хорошим маркетинговым ходом будет являться реклама и распространение через уже раскрученный туристический информационный центр Республики Коми - АНО «Агентство по развитию туризма и продвижению Республики Коми», где предоставляется актуальная информация для гостей и жителей города Сыктывкара и Республики Коми! В 2023 – 2024 гг. Агентство по развитию туризма представляет республику на стенде республике в рамках выставки –форума Россия, что проходит в г. Москва на ВДНХ с ноября 2023 по июль 2024. Представление брендов Республики на выставке Россия — это уникальный инструмент, как продажи товаров и их рекламы, так и опроса потребителя. Дополнительно личное присутствие изготовителя брендовой продукции поможет наладить связи с партнерами с последующим заключением договоров о сотрудничестве.

Я считаю, что организация в Республике безвозмездных площадок типа коворкингов, бизнес центров, «Точка роста», «Точка кипения» и прочее во многом продвинет маркетинг в республике. Организация таких площадок должна быть на постоянной основе и не только в столице Республики Коми (г. Сыктывкаре) и других развитых городах (Ухта, Инта), но и в муниципальных районах, чтобы каждый производитель брендовых товаров мог обратиться и провести дегустацию и презентацию продукта и/или услуги, войти в общение с потребителем и получить результат. Важно отметить что организация безвозмездных площадок - коворкингов, бизнес центров, «Точка роста», «Точка кипения» и других должна проходить по программе Министерства экономического развития Республики, то есть оплата аренды центров, их содержания должна осуществляется за счет республиканских денежных средств, так как производители не могут себе позволить дополнительные затраты на организацию активностей (мастер-классов, презентаций, дегустаций и прочих мероприятий).

В заключении хотелось бы отметить, что в первую очередь развитие маркетинга региональных брендов зависит от их производителя, но региональная гос. поддержка во многом ускоряет брендование Республики. Если в программе экономического развития будут стоять четкие цели развития брендов, инноваций и инновационной деятельности, то официально зарегистрированных региональных брендов в Республике будет намного больше, чем один - «Воркутинская оленина».

Сейчас актуальным для маркетинга, популяризации и сохранения истории, традиций и обычаев Республики Коми будет создание каталога региональных брендов Коми, тех уникальных специфичных товаров, продуктов, работ и услуг, которые производятся или добываются на территории моей Республики. В последующем этот каталог будет являться своего образа перечнем потенциально охраноспособных ГУ и НМПТ.

Заключение

1. Актуальность проекта обусловлена тем, что региональным и национальным брендам уделяется большое внимание, как со стороны Российской Федерации, так и Правительства России. В Республике Коми стали часто по ТВ говорить о региональных брендах коми. Мне стало интересно разобраться в понятии «Бренд Республики Коми» и предложить свои видения.

2. Дана характеристика понятиям: национальный бренд, региональный бренд, зарубежный бренд. Под национальным брендом понимается российский бренд, который должен представлять нашу страну как государство, обладающее уникальным потенциалом в области производства товаров и услуг, с богатым научным и образовательным потенциалом, культурными традициями, природно-рекреационными ресурсами и опираться на такие бренды товаров и услуг, как, например, «сделано в России», «Российское качество». Важнейшим региональным брендом является наименование товара, которое имеет особое свойство, обусловленное исключительно природными условиями и (или) людскими факторами (этносом), т.е. товары с особыми качественными или этническими свойствами, обусловленные географическим положением региона Республики Коми.

3. Дан обзор Российских проектов, целями и задачами которых является сбор, популяризация и просвещения региональных, национальных брендов. Приведены примеры региональных брендов в России, охраняемых в качестве ГУ, НМПТ, ТЗ, ПО, также приведены мои исследования по традиционным товарам коренных народов коми.

4. Проведен поиск по базе данных Роспатента (www.fips.ru), в результате которого установлено, что единственным в настоящее время зарегистрированным брендом Республики Коми является «Воркутинская оленина», владельцем которого является ПСК "Оленевод" (г. Воркута). Дан обзор процедуры ведения делопроизводства по регистрации бренда «Воркутинская оленина», на основе архивных данных ЦПТИ ФИЦ Коми НЦ УрО РАН.

5. Проведены исследования и предложены собственные варианты товаров, которые могут выступать в качестве региональных брендов Республики Коми. К ним можно отнести следующие:

- продуктовые (промышленные) бренды, особые свойства которых обусловлены природными факторами: сереговская минеральная вода, сереговская соль, вода Краснозатонская, Печорская семга, северная морошка;
- этнически-продуктовые бренды: коми шаньги, капуста коми посола;
- бренды, обеспеченные народными ремеслами коми народа: коми роспись, коми вышивка и ткачество, коми пано из оленьего меха, ижемские пимы, коми игрушка, в том числе Пера – богатырь;
- бренды, обусловленные традиционными технологиями коми народа: валенки, одежда из оленьего меха;
- Бренды, обусловленные специфическими услугами в коми: слоган «отдыхаем в Коми».

6. Предложены способы правовой охраны потенциальных брендов и маркетинговые мероприятия по их продвижению. Так правовая охрана национальных и региональных брендов, как средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий в области различных товаров, продуктов, напитков, работ и услуг в области туризма или санаторно-курортных мест, медицинских или иных специфических предприятий требует комплексной правовой охраны, регистрации: как в качестве товарного знака (возможно как коллективный товарный знак или общеизвестный товарный знак), так и географического указания и/или наименования места происхождения товара, фирменного наименования. Проблемы заключаются принадлежности одного бренда к разным отраслям законодательства, наличием противоречий в законодательстве. Также проблема заключается в обеспечении охраны каждого вида различной продукции, товаров, напитков или услуг/работ, что требует от правообладателя больших финансовых затрат.

7. Анализируя проделанную работу по брендированию, нужно отметить, что Республика Коми имеет огромный потенциал для развития торговли

экологическими товарами собственного производства, имеющими особые качественные свойства, обусловленные исключительно природными условиями и этносом народа Коми.

Список использованных источников и литературы

Правовые источники

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 05.12.2022) // в данном виде документ опубликован не был. Первоначальный текст документа опубликован в изданиях «Парламентская газета», № 214-215, 21.12.2006;

2. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 56825-2021 «Интеллектуальная собственность» (утвержден приказом Росстандарта от 17.08.2021 № 722-ст) // Официальное издание. М.: ФГБУ "РСТ", 2021;

3. Административный регламент предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности (Роспатентом) государственной услуги по государственной регистрации географического указания и (или) предоставлению исключительного права на такое географическое указание и государственной регистрации наименования места происхождения товара и (или) предоставлению исключительного права на такое наименование, а также выдаче свидетельства об исключительном праве на географическое указание, наименование места происхождения товара, его дубликата, утв. приказом Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 22 июля 2020 года № 101 с изменениями, внесенными приказом Роспатента от 23 декабря 2020 г. № 175;

Специальная литература

4. Данные патентного архива ЦПТИ ФИЦ Коми НЦ УрО РАН, сведения статистических отчетов о правовой охране за 2018 – 2019 гг.;

5. Патент № 129609. ПО «Уникальная Россия»: № 2021501723: заявл. : 06.04.2021: опубл. 02.02.2022; заявитель, патентобладатель ООО "ИНТЕЛЛЕКТ ИНВЕСТ" – электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/ofpstorage/Doc/PO/RUNWS/000/000/000/129/609/%D0%9F%D0%9E-00129609-00001/document.pdf> (дата обращения: 07.03.2024);

6. Свидетельство № 300/1. Томская береста: № 2022709648: заявл. 12.02.2022: опубл. 07.11.2022/ заявитель, патентобладатель ООО «Богара». – 4 с.;

7. Свидетельство № 301/1. Волховская роспись: № 2020764958: заявл. 08.11.2021: опубл. 01.02.2023/ заявитель, патентобладатель ООО «Волховская роспись». – 4 с.;

8. Свидетельство № 136. минеральная вода «Пермская»: № 2012728049 : заявл. 15.08.2012: опубл. 12.09.2014; заявитель, патентобладатель – электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС : [Электронный ресурс] URL:<https://fips.ru/Archive/TM/2014FULL/2014.09.12/DOC/DOCURUGP/DOC013V3/D01360D1/01360000/document.pdf> (дата обращения: 06.03.2024);

9. Свидетельство № 564553. ТЗ «Хохлома золотая «Семёновская»»: № 2013726209: заявл. 31.07.2013: опубл. 12.03.2016; заявитель, патентобладатель Ордена "Знак Почета" Акционерное общество "ХОХЛОМСКАЯ РОСПИСЬ" – электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/Archive/TM/2016FULL/2016.03.12/DOC/DOCURUTM/DOC564V3/D56455D1/56455300/document.pdf> (дата обращения: 07.03.2024);

10. Свидетельство № 205. НМПТ «Воркутинская Оленина»: № 2018758007: заявл. 27.12.2018: опубл. 10.06.2019; заявитель, патентобладатель ПСК «Оленевод»/– электронная копия доступна на сайте Федерального института промышленной собственности // ФИПС [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/ofpstorage/Doc/TM/RUNWGP/000/000/002/050/000/%D0%9D%D0%9C%D0%9F%D0%A2-000205-00001/document.pdf> (дата обращения: 10.03.2024);

Электронные ресурсы

11. Журнал «Капитал страны»/Национальный бренд России: проблемы формирования [Электронный ресурс] URL: <https://www.ipppou.ru/print/006654/> (дата обращения: 01.03.2024 г.);

12. Каталог брендов Drinkinfo.ru/ Минеральная вода Пермская [Электронный ресурс] URL: <https://drinkinfo.ru/brand/mineral-naya-voda-permskaya-297> (дата обращения: 06.03.2024г.);

13. Официальный сайт Системы «Консультант +» [Электронный ресурс] URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.03.2024 г.);

14. Официальный сайт Депутаты/ Главная \ Новости \ СОВЕТ ФЕДЕРАЦИИ РАССМОТРЕЛ НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ [Электронный ресурс] URL: <https://deputat.bashkortostan.ru/news/86856/> (дата обращения: 01.03.2024 г.);

15. Официальный сайт Системы «Консультант +»/ Статья: Региональные бренды России: основные направления развития/Фабричный С.Ю., Рузакова О.А. ("Патенты и лицензии", 2017, N 5) [Электронный ресурс] URL: <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&base=CJI&n=109948&cacheid=C264627027EEC16D9FB0CD0FE1109BE6&mode=splus&rnd=zmK6w#ooEgI7UNDlgTDKUB> (дата обращения: 02.03.2024 г.);

16. Официальный сайт «Sjstav»/ статья Национальный бренд «Сделано в России»: от каталога до государственной стратегии [Электронный ресурс] URL: <https://www.sostav.ru/publication/sdelano-v-rossii-zachem-nuzhen-natsionalnyj-brend-26679.html> (дата обращения: 03.03.2024 г.);

17. Официальный сайт Роспатента/ Региональные бренды: НМПТ, ГУ [Электронный ресурс] URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/sourses/regional-brands> (дата обращения: 03.03.2024 г.);

18. Официальный сайт «Сделано в России» [Электронный ресурс] URL: <https://madeinrussia.ru/ru/companies> (дата обращения: 05.03.2024г.);

19. Официальный сайт конкурса «Вкусы России» [Электронный ресурс] URL: <https://xn--b1amagulgsap3g.xn--plai/catalog/> (дата обращения: 05.03.2024г.);

20. Официальный сайт «Текстильный портал России»/ статья Сделано в России: новые региональные бренды готовы покорять мировой рынок [Электронный ресурс] URL: <http://ros-textile-portal.ru/sdelano-v-rossii-novye->

regionalnye-brendy-gotovy-pokoryat-mirovoj-gynok/ (дата обращения: 06.03.2024г.);

21. Официальный сайт Роспатент/Информация и сервисы/Региональные бренды/ Зарегистрированные ГУ и НМПТ [Электронный ресурс] URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/sourses/regional-brands/registered> (дата обращения: 06.03.2024г.);

22. Официальный сайт ФИПС/ Открытие реестры/реестр ГУ и НМПТ [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/registers-web/action?acName=clickRegister®Name=RUGP> (дата обращения: 06.03.2024г.);

23. Официальный сайт ООО «Богара» [Электронный ресурс] URL: <https://bogara.ru/> (дата обращения: 06.03.2024г.);

24. Официальный сайт ФИПС/ Открытие реестры/ Реестр товарных знаков и знаков обслуживания РФ [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/registers-web/action?acName=clickRegister®Name=RUTM> (дата обращения: 07.03.2024г.);

25. Официальный сайт ФИПС/ Открытие реестры/ Реестр промышленных образцов РФ [Электронный ресурс] URL: <https://fips.ru/registers-web/action?acName=clickRegister®Name=RUDE> (дата обращения: 07.03.2024г.);

26. Официальный сайт «Семенов Хохломская роспись» [Электронный ресурс] URL: <https://goldenhohloma.com/goldenhohloma/hohlomatoday/> (дата обращения: 07.03.2024);

27. Официальный сайт художественно-промышленной выставки «Уникальная Россия»/ О выставке [Электронный ресурс] URL: <https://xn--80aawchhkektmap5kybf.xn--p1acf/%d0%be-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b5%d0%ba%d1%82%d0%b5/> (дата обращения: 07.03.2024);

28. Официальный сайт Информационного агентства «КомиИнформ»/ПСК «Оленевод» запатентовал «Воркутинскую оленину» [Электронный ресурс] URL: <https://komiinform.ru/news/185129> (дата обращения: 10.03.2024);

29. Сайт «Совкомблог»/ Что такое организационно-правовая форма предприятия простыми словами/Мария Кузина [Электронный ресурс] URL: <https://journal.sovcombank.ru/glossarii/chto-takoe-organizatsionno-pravovaya-forma-predpriyatiya-prostimi-slovami> (дата обращения: 12.03.2024 г.);

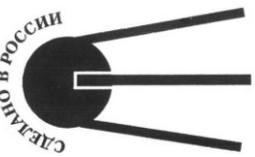
30. Статья «Просто о сложном: что такое маркетинг, какие у него задачи и как узнать о нём больше» [Электронный ресурс] URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/prosto-o-slozhnom-chto-takoe-marketing-kakie-u-nego-zadachi-i-kak-uznat-o-nyem-bolshe/> (дата обращения: 13.03.2024 г.);

31. Страница в социальных сетях ООО «Волховская роспись» [Электронный ресурс] URL: https://vk.com/artcraft_nw (дата обращения: 06.03.2024г.);

32. Страница в социальных сетях ПСК «Оленевод»/Деликатесы севера Воркута Оленина [Электронный ресурс] URL: <https://vk.com/public98396481> (дата обращения: 10.03.2024г.).

Приложение 1

Поиск с использованием платформы Роспатента по зарегистрированным, общеизвестным и международным товарным знакам по словесным запросам «сделано в России», «Российское качество»

№	Заявка	Регистрация	Тип знака	Дата подачи	Дата регистрации	Заявитель / правообладатель	Изображение
1	202176 7244		Заявка	12.10.20 21		Закрытое акционерное общество Межгосударственная телерадиокомпания Мир	Сделано в России
2	201873 8655		Заявка	07.09.20 18		Акционерное Общество Одинцовский лакокрасочный завод	
3	997026 28	181570	Регистрация	11.03.19 99	11.11.19 99	Общество с ограниченной ответственностью Творческая лаборатория Эндрю Аверс	
4	202274 4057		Заявка	03.07.20 22		Загородный Максим Анатольевич	
5	201472 1214	566152	Регистрация	26.06.20 14	01.03.20 16	Миронова Елена Владиславовна	BRUTALBEER сделано в России
6	201971 1593		Заявка	18.03.20 19		Лаблэнд Холдингс Лтд.	
7	200572 6360	302700	Регистрация	17.10.20 05	14.03.20 06	Общество с ограниченной ответственностью Фабрикант.ру	
8	201974 1645		Заявка	22.08.20 19		Ярахмедов Шамиль Магомедович	

9	2017719847	678745	Регистрация	18.05.2017	29.10.2018	Акционерное общество Мясоперерабатывающий Комбинат Фортуна	
10	97705220	180605	Регистрация	13.05.1997	13.10.1999	Закрытое акционерное общество Гридар	
11	2009733551	439720	Регистрация	22.12.2009	22.06.2011	Акционерное общество АБ ИнБев Эфес	
12	2016728629	652591	Регистрация	05.08.2016	18.04.2018	Автономная некоммерческая организация Российская система качества	

Выдержки из делопроизводства по заявке на регистрацию НМПТ
«Воркутинская оленина»

Форма № 940 НМПТ-2016

Федеральная служба по интеллектуальной собственности
Федеральное государственное бюджетное учреждение

«Федеральный институт промышленной собственности»
(ФИПС)

Бережковская наб., д. 30, корп. 1, Москва, Г-59, ГСП - 3, 125993

Телефон (8-499) 240-60-15 Факс (8-495) 531-63-18

УВЕДОМЛЕНИЕ О ПРИЕМЕ И РЕГИСТРАЦИИ ЗАЯВКИ

27.12.2018 Дата поступления (дата регистрации)	№18010153 Входящий №	2018758007 Регистрационный №
--	-------------------------	---------------------------------

ЗАЯВКА	
<p>на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование в Российской Федерации</p> <p>Дата поступления оригинального документа заявки 27.12.2018</p>	<p>(210) РЕГИСТРАЦИОННЫЙ №</p> <p>ВХОДЯЩИЙ №</p>
<p>СОВЦО Ю. Д. Федеральную службу по интеллектуальной собственности Бережковская наб., д. 30, корп.1, Москва, Г-59, ГСП-3, 125993, Российская Федерация</p> <p>ЗАЯВЛЕНИЕ Прошу (проси) зарегистрировать заявленное обозначение в качестве наименования места происхождения товара и предоставить исключительное право на такое наименование в Федеральной службе по интеллектуальной собственности</p>	<p>(730) АДРЕС ДЛЯ ПЕРЕПИСКИ (полный почтовый адрес, фамилия, имя, отчество (последнее - при наличии) или наименование организации)</p> <p>Российская Федерация, 167000, респ. Коми, г. Сыктывкар, ул. Первомайская, 48, Общественное подразделение Институт имени Коми ИЦ Уро РАН. Отдел классификации и патентно-юридической деятельности</p> <p>Телефон: +7(8212)445-789 Факс: Электронная почта: otkipom@fiips.ru</p>
<p>(731) ЗАЯВИТЕЛЬ (И) (Указывается полное наименование юридического лица, полный адрес места нахождения юридического лица (полное наименование документа) или Ф. И. О. гражданина и полный адрес места жительства гражданина, название страны)</p> <p>Производственный сельскохозяйственный кооператив «Оленово» Российская Федерация, 169905, Республика Коми, г. Воркута, ул. Оленьско-оленя, д. 8</p>	<p>ИДЕНТИФИКАТОРЫ ЗАЯВИТЕЛЯ: ОГРН: 1021100612017 ОГРНИП: ИНН: 1103011461 КПП: 110301001 КОД страны: RU</p>
<p>(740) ПРЕДСТАВИТЕЛЬ(Ы) ЗАЯВИТЕЛЯ Указание(ие) лице(а) физическо(е) или юридического лица(а) (наименование заявителя(ов) для целей дела по государственной регистрации наименования места происхождения товара и по предоставлению исключительного права на такое наименование в Федеральной службе по интеллектуальной собственности)</p> <p>Фамилия, имя, отчество (последнее - при наличии)</p>	<p>Является <input type="checkbox"/> Патентным(и) <input type="checkbox"/> поверенным(и) <input type="checkbox"/> Иным представителем</p> <p>Телефон: Факс: Электронная почта:</p>
<p>Срок представительства (благотворитель и случаи исключения иного представительства без предоставления доверенности)</p>	<p>Регистрационный (и) номер (и) патентного(их) подзаявки(ек)</p>
<p>(540) ЗАЯВЛЯЕМОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ (включая варианты букв)</p> <p>ВОРКУТИНСКАЯ ОЛЕНИНА</p>	
<p>УКАЗАНИЕ ТОВАРА Мясо оленя, мясопродукты и субпродукты из оленя</p>	
<p>ОПИСАНИЕ ОСОБЫХ СВОЙСТВ ТОВАРА Представлено на дополнительном листе 1.</p>	

Общее количество принятых листов	7	Лицо, зарегистрировавшее документы
Количество документов, подтверждающих уплату пошлины	1	Совцо Ю.Д.
Сведения о состоянии делопроизводства по заявкам размещаются на сайте ФИПС по адресу «www.fips.ru» в разделе «Информационные ресурсы / Открытые ресурсы»		

Дополнительный лист 1 к заявке на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование в Российской Федерации

ОПИСАНИЕ ОСОБЫХ СВОЙСТВ ТОВАРА

Воркутинская оленина имеет следующие особые свойства:

- диетические свойства, которые обеспечиваются морфологическим составом, а именно отсутствием узлов и полос сверхсокращения мышечных волокон, тонкими прослойками соединительной и жировой тканей и размером жировых клеток, мясо содержит мало жира, реализуется в виде полутуш, четвертин и отрубов, полученных от высокопродуктивного молодняка ненецкой породы северных оленей с повышенной энергией роста и развития, олени туши имеют большую полноту и высокое содержание мышечной ткани;
- вкусовые и кулинарные свойства, которые обеспечиваются особой нежностью и мягкостью мяса за счет слаборазвитых прослоек соединительной ткани и меньшей толщины мускульных волокон, мясо может быть очень быстро приготовлено, например, в виде строганины, шашлыков, бифштексов, отбивных;
- потребительские и питательные свойства, которые обеспечиваются составом мяса, формируемым естественными (дикими) условиями выращивания животных, в том числе: органолептическими показателями оленины, жирнокислотным составом; уникальными видоспецифичными белковыми соединениями с более высокой молекулярной массой в диапазоне от 70 до 150 кДа, высоким содержанием незаменимых аминокислот - валина, лизина и триптофана, а также заменимых аминокислот - аспарагиновой и глутаминовой кислоты;
- лечебно-профилактические свойства, которые обеспечиваются наличием в составе Воркутинской оленины триптофана, который способствует устранению чувства тревоги и эмоционального напряжения, улучшает качество сна; глутаминовой кислоты, которая создает ощущение насыщенности вкуса, способствует повышению аппетита и повышению желудочной секреции, может усиливать детоксикацию функции печени, нейтрализует токсины кишечника, обладает антиоксидантным действием, повышает сопротивляемость организма инфекционным заболеваниям.

Проведенные исследования подтверждают уникальность продукта и его высокие показатели качества, связанные с регионом происхождения и людскими ресурсами. Результаты исследований позволяют выявлять аутентичность Воркутинской оленины, и в дальнейшем могут быть использованы в целях ее идентификации, в случае возникновения необходимости подтверждения вида и региона происхождения мяса.

Воркутинская оленина, полученная от оленей, выращенных в естественных условиях чистой природы с разнообразной кормовой базой, включающей свыше 490 видов растений, имеет особые свойства, обусловленные природно-климатическими условиями границ единого муниципального образования городского округа «Воркута» на территории города Воркуты с подчиненной ему территорией, в том

Председатель кооператива «Оленевод»

Пасынков С.Г.

26 декабря 2018 г.



Коми Республикаса видз-му
овмӧс да потребительскӧй рынок
Министерство

**Министерство сельского
хозяйства и потребительского рынка
Республики Коми**

(Минсельхоз Республики Коми)
Бабушкина ул., д. 23, г. Сыктывкар,
Республика Коми, 167983
тел. (8-8212) 25-54-40;
факс-сервер (8-8212) 30-48-91
e-mail: minshp@minshp.rkomi.ru
<http://www.mshp.rkomi.ru>

ОКПО 00078686, ОГРН 1021100521562

ИНН/КПП 1101481729/110101001

29.12.2018 г. № 14-16/11948

на № 21/1558 от 26.12.2018 г.

Министерство сельского хозяйства
Российской Федерации

Департамент пищевой и
перерабатывающей промышленности

107139, Россия, Москва,
Орликов переулок, д. 1/11

E-mail: d.morozov@mcx.ru

Министерство сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми на запрос о производстве продукции из оленины ПСК «Оленевод» сообщает следующее.

Поголовье стада ПСК «Оленевод» на 28 декабря 2018 года составляет 21004 голов.

Происхождение товара – г. Воркута Республика Коми.

Объем произведенного товара за последние три года составляет:

- 2015г. – 268,6 т. на сумму 70 310 млн. руб.;
- 2016г. – 194,8 т. на сумму 72 696 млн. руб.;
- 2017г. – 226,8 т. на сумму 95 417 млн. руб.;
- 11 мес. 2018 г. – 144,7 т. на сумму 79 549 млн. руб.

Хозяйственный оборот товара за последние три года составляет:

- 2015 г. – готовая продукция 89,2 т., сырая продукция – 179,4 т.
- 2016 г. – готовая продукция 87,6 т., сырая продукция – 107,2 т.
- 2017 г. – готовая продукция 113,7 т., сырая продукция – 113,1 т.
- 11 мес. 2018г. – готовая продукция 75т., сырая продукция – 69,7т.

Продукция кооператива награждена дипломом за участие в экспозиции Международной выставки «Зеленая неделя» в Берлине – 2002 г., Дипломом I степени на Всемирной ярмарке «Российский Фермер» - 2002 г., Премией Правительства Республики Коми в области качества – 2006 г., Премией Правительства Республики Коми в области качества по убою оленей, обвалке, первичной обработке и разделке туш – 2007 г.

В 2015 году ПСК «Оленевод» выпустил уникальную коллекцию деликатесной продукции из мяса северного оленя «Золото тундры». В том

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
**Федеральное государственное бюджетное
научное учреждение
«Федеральный научный центр
пищевых систем им. В.М. Горбатова» РАН
(ФГБНУ «ФНЦ пищевых систем
им. В.М. Горбатова» РАН)**

109316, г. Москва, ул. Талалихина, д. 26
Телефон: 8-495-676-9511; факс: 8-495-676-9551
E-mail: info@fncps.ru

Председателю
Производственного
сельскохозяйственного кооператива
«Оленевод»
Пасынкову С.Г.

№ _____

На № _____

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам испытаний продукции

Основание проведения работ

Договор № 034.18.110 от «12» ноября 2018 г.

Объект испытаний

В соответствии со справкой заявителя на испытания поступила воркутинская высококачественная оленина, реализуемая в виде полутуш, четвертин и отрубков, полученная от высокопродуктивного молодняка ненецкой породы северных оленей в возрасте до 1 года, выращенного и откормленного на пастбищах восточной части Большеземельской тундры (бассейн рек Уса и Кара), географически ограниченных с юга-востока Полярным Уралом и с севера-запада грядой Чернышева, в условиях чередования не менее шести пастбищных сезонов.

Сведения о заказчике (заявителе)

Производственный сельскохозяйственный кооператив «Оленевод», МО «Город Воркута» Республики Коми.

Сведения об исполнителе работ

Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр пищевых систем им. В.М. Горбатова» РАН (ФГБНУ «ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова» РАН) адрес: 109316, Москва, ул. Талалихина, 26.

Специалисты, подготовившие заключение:

Семенова Анастасия Артуровна заместитель директора по научной работе, доктор технических наук, профессор;

Дыдыкин Андрей Сергеевич руководитель отдела функционального и специализированного питания, кандидат технических наук, доцент;

Трифонов Михаил Валерьевич, ведущий научный сотрудник, кандидат технических наук.

Введение

В рамках выполнения «Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года», утв. распоряжением Правительства

Российской Федерации от 29 июня 2016 г. № 1364-р, актуальной задачей является прослеживаемость производства и реализации пищевой продукции, в особенности, когда ...