

## Гражданское право

УДК 347.78

JEL: K12

**КУПРИЯНОВА Людмила Михайловна**<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Ленинградский просп., 49, г. Москва, 125993, Россия.

<https://orcid.org/0000-0002-9453-6425>

<sup>1</sup> Куприянова Людмила Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой «Экономика интеллектуальной собственности», доцент Департамента учета, анализа и аудита, Москва, Россия. E-mail: kuprianovalm@yandex.ru

**НИКОЛЮКИН Станислав Вячеславович**<sup>2</sup>

<sup>2</sup> ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», Новочеремушкинская ул., 69, Москва, 117418, Россия.

<https://orcid.org/0000-0001-7854-6626>

<sup>2</sup> Николюкин Станислав Вячеславович, доцент кафедры гражданского права, кандидат юридических наук, доцент, Москва, Россия. E-mail: stanislav-fa@yandex.ru

## КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА КАК СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ<sup>1</sup>

### Аннотация

**Предмет/тема.** Роль товарных знаков в современных рыночных отношениях сложно переоценить. Они способствуют реализации потребительского спроса, продвижению товаров и услуг, а также быстрому принятию оптимальных решений на основе анализа гигантских объемов информации, что дает колоссальные преимущества в качестве и результативности. Огромное значение для товарных знаков играет коммерциализация, которая обеспечивает достижение конкурентных преимуществ при их введении в хозяйственный оборот.

**Цели/задачи.** Целью исследования является комплексный анализ особенностей коммерциализации такого средства индивидуализации, как товарный знак, который не является результатом творчества, а имеет главным образом прикладной характер, обеспечивающий имущественные интересы субъектов хозяйственного оборота.

**Методология.** Методологическую основу исследования составляют: всеобщий метод познания; общенаучные методы исследования, включая системный и логический метод, а также анализ, синтез, аналогию и частнонаучные методы.

**Выводы.** Научно-технический прогресс и экономическое развитие Российской Федерации создают благоприятную почву для создания новых «прорывных проектов» в сфере интеллектуальной собственности, в том числе в области коммерциализации товарных знаков, поскольку товарный знак является неотъемлемой частью рыночных отношений и важнейшим фактором повышения конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** интеллектуальная собственность, коммерциализация, средства индивидуализации, товарный знак.

**Lyudmila M. Kupriyanova**, PhD in Economics, Associate Professor, Faculty of

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена с использованием СПС «КонсультантПлюс».

Economics and Business, Deputy Head of the Basic Department of the Economics of Intellectual Property, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation.

E-mail: kuprianovalm@yandex.ru

**Stanislav V. Nikolyyukin**, PhD in Law, Associate Professor, Civil law Department, Russian state university of justice, Moscow, Russian Federation

E-mail: stanislav-fa@yandex.ru

## COMMERCIALIZATION OF A TRADEMARK AS A MEANS OF INDIVIDUALIZATION

### Abstract

**Subject / Topic** The role of trademarks in modern market relations is difficult to overestimate. They contribute to the realization of consumer demand, the promotion of goods and services, as well as the rapid adoption of optimal decisions based on the analysis of gigantic amounts of information, which gives tremendous advantages in quality and effectiveness. Of great importance for trademarks is commercialization, which ensures the achievement of competitive advantages when they are introduced into the economy.

**Goals / Objectives** The aim of the study is a comprehensive analysis of the features of commercialization of such an individualization tool as a trademark, which is not the result of creativity, but is mainly of an applied nature, ensuring the property interests of business entities.

**Methodology** The methodological basis of the research is: the universal method of cognition; general scientific research methods, including the systemic and logical method, as well as analysis, synthesis, analogy and private-scientific methods.

**Conclusions and Relevance** Scientific and technological progress and economic development of the Russian Federation create favorable conditions for the creation of new «breakthrough projects» in the field of intellectual property, including in the field of commercialization of trademarks, since a trademark is an integral part of market relations and an important factor in increasing competitiveness.

**Keywords:** *intellectual property, commercialization, means of individualization; trademark.*

*«Современные процессы интернационализации бизнеса и потребления, активизации перемещения товаров и услуг, развития информационных технологий способствуют тому, что популярные товарные знаки приобретают мировую известность»[5].*

Происходящие в мире экономические процессы формируются под воздействием наукоемких технологий и информатизации общества, в результате чего происходит преобразование традиционного способа производства в новый – инновационный, на основе информационных технологий управления, в котором все виды знаний преобразуются в компонент производительных сил, где наука становится производительной силой общества и встраивается в воспроизводственный процесс.

Действительно, знание как экономический ресурс обладает особыми свойствами, а его непосредственное потребление не обеспечивает удовлетворения потребности и с дополнительными трудовыми и финансовыми издержками, которые не всегда приносят ожидаемый

экономический эффект [9].

В настоящее время актуальной стратегической задачей экономики России является воссоздание отечественного промышленного наукоемкого производства. Для осуществления данной задачи, во-первых, необходима разработка и освоение новых наукоемких и информационных технологий, и, во-вторых, ускорение формирования рыночных отношений в промышленности. Данные действия позволят создать отечественную конкурентоспособную продукцию, обеспечить интересы национальной экономической безопасности и сохранить промышленный и научно-технический потенциал государства.

Как показывает практика инвестиционная и инновационная деятельность российских предприятий сталкивается с множеством правовых проблем, что требует системного анализа для принятия эффективных управленческих решений, а также совершенствования действующего законодательства. Так, Президент Российской Федерации В.В. Путин на Советании по вопросам развития технологий в области искусственного интеллекта обратил особое внимание на то, что «принципиально важно настроить наше законодательство на новую технологическую реальность, максимально быстро и качественно сформировать гибкую, адекватную правовую базу для разработки и использования прикладных решений на базе искусственного интеллекта, а также специальные режимы для частных инвестиций в создание прорывных решений и, безусловно, гарантировать надёжную защиту интеллектуальной собственности, правовые условия для регистрации патентов в национальной юрисдикции России»<sup>1</sup>.

Особое внимание целесообразно сконцентрировать на особенностях формирования рыночных отношений коммерческого использования интеллектуальной собственности (ИС) - коммерциализации интеллектуальной собственности, поскольку они влияют на возможность достижения конечных положительных результатов как инвестиционной, так и инновационной деятельности. Кроме того, достижение желаемых результатов возможно с использованием в коммерциализации методов и инструментов оперативного и стратегического маркетинга, что позволит создавать продукты, эффективно удовлетворяющие и формирующие новые потребности у пользователей таких продуктов. Как справедливо отмечается в литературе, необходимым условием обеспечения эффективности процесса является наличие обратной связи, осуществляющейся через этапы коммерциализации и непосредственно информационные потоки. При этом внешние и внутренние информационные потоки становятся связующими элементами в системе взаимодействия субъектов процесса коммерциализации [9].

Представляется необходимым обратить внимание на то, что процесс коммерциализации начинается с момента выявления перспектив коммерческого использования новых разработок и завершается их реализацией, включая – внедрение технологий, создание на их основе товаров и получение коммерческого эффекта. Как справедливо отмечает Р.Ш. Рахматулина: «Эффективность коммерческого и некоммерческого использования влияет на экономические, общественные, просветительские, культурные, предпринимательские и другие правоотношения» [3].

---

<sup>1</sup> URL://<http://www.kremlin.ru/events/president/news/60630> (Дата обращения: 05.06.2020).

Особую роль в отношениях по коммерциализации объектов права интеллектуальной собственности выступают субъекты, а именно:

- создатели (*авторы, изобретатели, исполнители*);
- лица, которым принадлежат личные неимущественные и (или) имущественные права интеллектуальной собственности (*предприятия, организации и учреждения, деятельность которых связана с созданием и использованием объектов права интеллектуальной собственности*)
- иные лица, готовые использовать объекты права интеллектуальной собственности.

Согласно ст. 1229 ГК РФ гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (правообладатель), вправе использовать такой результат либо средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом. В данной норме право использования результата интеллектуальной деятельности связано с исключительным правом на такой результат. В иных частях ст. 1229 ГК РФ предусмотрено право правообладателя разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности. Таким образом, право использования, в том числе товарного знака, входит в состав исключительного права и у кого исключительное право, тот и использует объект или разрешает его использовать.

Важно подчеркнуть, что коммерциализация объектов интеллектуальной собственности, представляющая собой взаимовыгодные (коммерческие) действия всех участников процесса, направлена на преобразование результатов интеллектуального труда в рыночный товар. Между тем, следует учитывать, что специфика интеллектуальной собственности заключается в продвижении на рынок не собственно продуктов (объектов) интеллектуальной деятельности, а имущественных прав на новые продукты (объекты).

Коммерческая направленность деятельности хозяйствующих субъектов выявляет различные проблемы. Обратим особое внимание на выбор наиболее выгодной формы экономического оборота (коммерциализации) результатов интеллектуальной деятельности. В этой ситуации, прежде всего, возникают коммерческие расходы, связанные с маркетинговыми исследованиями рынка интеллектуальной собственности. Необходимо максимально достоверно оценивать рыночную конъюнктуру и стоимость результатов интеллектуальной деятельности (далее - РИД), а также разрабатывать стратегию продвижения созданной продукции на рынок.

На практике правообладатель может по своему усмотрению использовать объект интеллектуальной собственности: продать его, переуступить свои права или разрешить использовать на определенных условиях любому заинтересованному лицу. Анализ всех возможных вариантов для владельца прав на объект интеллектуальной собственности имеют определенную цель - получить максимально возможную экономическую выгоду. Среди форм коммерциализации необходимо выделить: использование объектов интеллектуальной собственности в собственном производстве; лицензирование; внесение в уставный капитал; франшизу (Таблица 1).

В условиях успешного инновационно-активного бизнеса коммерциализация является основным условием успешного внедрения результатов инновационной деятельности в любом государстве.

**Таблица 1 – «Характеристика форм коммерциализации»**

<b>Формы коммерциализации</b>	<b>Возможности коммерциализации</b>	<b>Эффект</b>
Использование объектов интеллектуальной собственности в собственном производстве	Осознание ценности интеллектуальной собственности предприятия требует получение охранных документов как защитной меры и усиления собственной конкурентоспособности, увеличения своего влияния в бизнесе и подъеме своей репутации, как поставщика инновационных продуктов на рынок. Используя инновации в собственном производстве можно получать максимальную прибыль за счет монопольного права на выпуск и реализацию инновационной продукции.	В случае успеха вывода на рынок новой продукции возможна компенсация первоначальных затрат и получение прибыли, необходимой для дальнейшего развития производства.
Лицензирование	Лицензирование как одна из самых распространенных форм коммерциализации интеллектуальной собственности используется во внутренних и внешних коммерческих операциях, является эффективным способом подъема экономики, повышает конкурентоспособность собственных товаров на внешних рынках. Передача прав на интеллектуальную собственность позволяет юридическому или физическому лицу использовать объект права интеллектуальной собственности на определенных условиях.	В большинстве случаев продажа лицензии осуществляется по расчетной договорной цене с ориентиром на цены внутреннего и внешнего рынков.
Внесение в уставный капитал	Уставный капитал, созданный учредителем, в прямой зависимости определяет уровень его имущественного права, например, количество голосов в правлении акционерного общества, доля акций, доля прибыли и т.д. Наиболее популярными объектами интеллектуальной собственности, права на которые могут быть вкладом в уставной капитал юридического лица, являются объекты промышленной собственности: изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки. На практике - если правообладатель намерен стать соучредителем - ему необходимо: не иметь обязательств перед третьими лицами в отношении этих объектов права интеллектуальной собственности (права не могут быть переданы частично или полностью или предоставленные в пользование третьим лицам по лицензионным договорам). Для внесения прав на интеллектуальную собственность в уставной капитал предусматривается такой вклад в учредительном документе.	При внесении интеллектуальной собственности в уставной капитал, владелец передает права на объект права интеллектуальной собственности предприятию в обмен на корпоративные права, а также получает следующие права: право на получение части прибыли (дивиденды); право на участие в управлении предприятием через общее собрание участников; право на получение ликвидационной квоты в случае ликвидации предприятия; право на ознакомление с отчетной информацией о деятельности предприятия.
Коммерческая концессия (франшиза)	Коммерческая концессия определяет с одной стороны правообладателя, который обязуется предоставить пользователю право пользования объектом ИС. С другой стороны, пользователь – за плату получает право пользования объектом: право на приобретение оборудования и поставки материалов и сырья; использование объектов права интеллектуальной собственности (торговых знаков, коммерческих обозначений, способов и процедур функционирования), коммерческого опыта и деловой репутации.	Это выгодно для правообладателя и для пользователя. Правообладатель имеет возможность без инвестирования собственного капитала продавать свои товары (услуги), а пользователь – быстро достичь успеха благодаря опыту и помощи правообладателя и выстоять в конкурентной борьбе на рынке.

При этом, индивидуальность инновационных продуктов требует от каждого предприятия разработки своего собственного подхода к данному процессу. Что касается товарного знака, в настоящее время он рассматривается мировым сообществом, во-первых, как необходимая часть рыночных отношений; во-вторых, как важный фактор повышения конкурентоспособности; в-третьих, как защита от недобросовестной конкуренции [2]. В силу ч. 1 ст. 14.4 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции) не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации.

Исходя из ч. 2 ст. 14.4 Закон о защите конкуренции, применяемой с учетом п. 2 ст. 1513 ГК РФ, заинтересованным лицом (то есть лицом, чьи права нарушены актом недобросовестной конкуренции) может быть подано возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку в связи с тем, что действия правообладателя, связанные с предоставлением правовой охраны этому товарному знаку или сходному с ним до степени смешения другому товарному знаку, признаны недобросовестной конкуренцией (при этом признание недобросовестной конкуренцией только действий по использованию товарного знака, но не по его приобретению не является основанием оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку).

Недобросовестная конкуренция, связанная лишь с приобретением исключительного права на средства индивидуализации, не допускается в силу ст. 14.8 Закон о защите конкуренции. Роспатент, получив соответствующее возражение с приложенным к нему решением суда или антимонопольного органа, признает недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку (подп. 6 п. 2 ст. 1512 ГК РФ). Решение Роспатента о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку в связи с тем, что действия, связанные с предоставлением такой охраны, судом или антимонопольным органом признаны недобросовестной конкуренцией, не может быть признано недействительным по причине отсутствия в действиях лица нарушений антимонопольного законодательства до оспаривания и отмены решения суда или антимонопольного органа. При этом не исключается возможность соединения в заявлении требований об оспаривании решений антимонопольного органа и Роспатента и их совместного рассмотрения.

Квалификация действий правообладателя по приобретению исключительного права на товарный знак путем его государственной регистрации в качестве акта недобросовестной конкуренции зависит от цели, преследуемой лицом при приобретении такого права, намерений этого лица на момент подачи соответствующей заявки. Цель лица, его намерения могут быть установлены с учетом, в том числе, предшествующего подаче заявки на товарный знак поведения правообладателя, а равно его последующего (после получения права) поведения. В случае если лицо подает заявку на государственную регистрацию в качестве товарного знака обозначения, используемого иными лицами, оценке подлежат в числе прочего известность, репутация обозначения, вероятность случайности такого совпадения<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Пункт 169 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23 апреля

Важно подчеркнуть, что отечественная правоприменительная практика не разграничивает товарные знаки и знаки обслуживания. Например, в Роспатенте ведется единый государственный реестр для регистрации товарных знаков и знаков обслуживания, выдаче Роспатентом единого свидетельства на товарный знак и знак обслуживания и т.п. В юридической литературе, также отмечается, что правовые режимы этих видов обозначений практически одинаковые [4].

Между тем, закрепленное в ГК РФ разграничение знаков на товарные знаки и знаки обслуживания основывается на Мадридском соглашении о международной регистрации знаков, где в качестве объектов правовой охраны названы знаки, применимые к товарам или услугам (обслуживанию). Данное указание дает возможность распространять данное соглашение на все знаки, идентифицирующие товары, работы и услуги. При этом, как отмечается в литературе, «данная градация подчеркивает различия в материальных носителях этих знаков, поскольку: знаки, применимые к товарам, проставляются на сам товар, его этикетку или его упаковку; знаки, применимые к услугам (обслуживанию), проставляются на вывесках, а также бланках и иной документации, поскольку эти знаки призваны идентифицировать услуги и работы [7].

Товарные знаки как объекты, на которые признаются гражданские интеллектуальные права, указаны в ст. 1225 ГК РФ. Интеллектуальные права на товарные знаки сводятся к имущественному исключительному праву (ст. 1226 ГК РФ). Никакие иные интеллектуальные права на товарные знаки прямо в ГК РФ не предусмотрены. Конечно, как отмечает Э.П. Гаврилов, «никаких личных неимущественных прав на товарные знаки не существует, но если считать право на получение патента самостоятельным гражданским правом, то должно быть признано в качестве самостоятельного также и право на регистрацию обозначения товара в качестве товарного знака» [6].

Выполняя функцию индивидуализации товаров и услуг хозяйствующих субъектов, гарантируя их качество, товарный знак становится более важным механизмом в условиях активизации торговли и глобализации мирового торгового пространства. Действительно товарные знаки являются наиболее широко используемой формой зарегистрированной интеллектуальной собственности во всем мире. Если обратиться к статистическим данным Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент) в 2019 году наблюдался значительный рост поступления заявок, поданных в Роспатент на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания. По сравнению с предыдущим отчетным периодом увеличение составило 15,05%, при этом по национальной процедуре поступление увеличилось на 17,13%, а по международной процедуре - на 8,04%<sup>1</sup>.

Эффективная коммерциализация инноваций и объектов интеллектуальной собственности, в том числе товарных знаков, возможна при условии особого внимания выбора способа коммерциализации, что позволяет в дальнейшем разрабатывать инновации, правильно их реализовывать и сохранять свою конкурентоспособность, повышая

---

2019 года № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2019. № 7.

<sup>1</sup> Годовой отчет Роспатента за 2019 год // URL: <https://rupto.ru> (Дата обращения: 09.06.2020).

эффективность хозяйственной деятельности. Исследуя проблемы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности, важно отметить, что в условиях активной бизнес-деятельности создаются важнейшие объекты имущества юридического лица (организации, предприятия), реализуются имущественные товарно-денежные отношения в сфере создания, правовой охраны и используются РИД (новые знания и информация).

Таким образом, хозяйственный оборот ИС на уровне хозяйствующего субъекта выступает как экономико-правовая модель общественного рынка ИС - результата интеллектуальной деятельности. Такой механизм обеспечивает эффективный оборот ИС на основе сбалансированности прав и законных интересов хозяйствующих субъектов. При этом сохраняется единство спроса и предложения на РИД, на развитие научно-технических исследований, промышленную реализацию и потребление конкурентоспособных товаров, что важно для развития экономики нашего государства. Анализ и оценка имущественных прав и гражданско-правовых отношений хозяйственного оборота ИС осложняется проблемами введения ИС в хозяйственный оборот и использованием объектов ИС в качестве имущества, в виде сложного комплекса отношений, возникающих между различными субъектами рыночных отношений, в том числе, имеющих противоположные интересы (правовые, экономические, финансовые, технологические, социальные и др.). Следовательно, необходим поиск наиболее выгодного механизма эффективного регулирования взаимоотношений в процессе коммерциализации объектов ИС, в частности:

- с органами государственного управления и контроля;
- с предприятиями, непосредственно осуществляющими создание и использование новых технологий в инновационной деятельности;
- с авторами (создателями) новых технологий в виде РИД (объектов авторского права, объектов промышленной собственности, объектов коммерческой тайны – «ноу-хау»);
- с инвесторами, участвующими путем финансирования в производственном цикле создания и использования интеллектуальной собственности и в организации промышленного выпуска новой продукции;
- с производителями – «конкурентами», выпускающими конкурентную продукцию (услуги) на основе собственных разработок или других аналогичных объектов интеллектуальной собственности;
- производителями - «пиратами», осуществляющими несанкционированное использование объектов интеллектуальной деятельности предприятия и выпускающие поддельную продукцию.

Кроме того, необходим контроль за объектами рыночных отношений на потребительском рынке продукции (услуг), учитывая, что именно здесь проявляются проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности, вследствие различий интересов хозяйствующих субъектов.

Целесообразно выделить три основных механизма взаимоотношений:

- технический, непосредственно связанный с материальными и нематериальными объектами промышленного производства продукции (услуг) на основе интеллектуальной собственности;
- финансово-экономический, связанный с потреблением продукции инновационной деятельности и соответствующим перераспределением финансовых средств;
- социально-правовой, связанный с моральными и юридическими



нормами (законами) и традициями, которые необходимо учитывать (исполнять) в предпринимательской деятельности.

Анализ участия лиц в процессе коммерциализации интеллектуальной собственности позволяет выделить следующие группы отношений:

- а) предприятие - органы государственного управления и контроля;
- б) предприятие - авторы (создатели) объектов интеллектуальной собственности;
- в) предприятие - инвесторы;
- г) предприятие - производители-«конкуренты»;
- д) предприятие - производители-«пираты»;
- е) предприятие – потребители.

Для каждой группы участников коммерциализации требуются четко определенные меры урегулирования определенных сложностей, учитывая конъюнктуру рынка. Наиболее значимыми являются финансовые проблемы, которые могут быть решены посредством правовой охраны использования объектов ИС, проведением инвентаризации, документальным оформлением, оценкой и бухгалтерским учетом ИС как имущественным объектом. Оценивая коммерческие сложности, связанные с регулированием отношений при создании объектов ИС, при продаже и оплате имущественных прав на использование объектов ИС, а также при обеспечении сохранности и коммерческом использовании, представляется правильным разработать адекватные, соответствующие рыночной ситуации, меры регулирования таких отношений. При этом необходимо обратить внимание на финансово-экономические проблемы использования интеллектуальной собственности и организации ее бухгалтерского учета, которые требуют проведения:

- инвентаризации объектов интеллектуальной собственности;
- подтверждения прав собственности;
- оценки интеллектуальной собственности;
- бухгалтерского учета и аудита интеллектуальной собственности;
- налогообложения интеллектуальной собственности и связанных с ней операций.

Решение финансовых проблем требует надежной охраны, защиты и эффективного использования объектов интеллектуальной собственности. Рекомендуются следующие правовые, экономические, и иные меры (Таблица 2).

Что касается товарных знаков, для получения их правовой охраны они должны обладать таким признаком как различительная способность, а также отвечать тем требованиям, которые закреплены в ст. 1483 ГК РФ. Речь идет о том, что они: не должны быть ложными; вводить в заблуждение потребителя в отношении товара или его изготовителя; не противоречить общественным интересам, принципам гуманности и морали; не должны быть тождественными или сходными до степени смешения<sup>1</sup> с чужими товарными знаками в отношении однородных товаров<sup>2</sup>, с чужими фирменными наименованиями и коммерческими обозначениями; не должны быть тождественным именам, псевдониму или производному от

---

<sup>1</sup> Обозначение сходное до степени смешения - это обозначение, которое в целом, несмотря на отдельные отличия, ассоциируется с товарным знаком.

<sup>2</sup> Товар считается однородным, если возникает потенциальная возможность возникновения у потребителя представления об их принадлежности одному производителю.

них обозначению, портрету или факсимиле известного в Российской Федерации лица, названию известного в Российской Федерации произведения. Товарные знаки в зависимости от степени известности подразделяются на обычные и общеизвестные товарные знаки. Что касается правовой охраны обычного знака, она предоставляется в силу либо его национальной регистрации, которую осуществляет Роспатент, либо его международной регистрации, осуществляемой под управлением Международного бюро Всемирной организации интеллектуальной ла предостобственности. При этом, в случае национальной регистрации товарного знака, охрана предоставляется только в пределах Российской Федерации; если же имела место международная регистрация, такая охрана определяется перечнем стран, где была предоставлена правовая охрана на основании международной заявки, поданной заявителем [1].

**Таблица 2 – Меры защиты и эффективного использования объектов интеллектуальной собственности**

Меры	Характеристика
Правовые - меры принуждения	меры, основанные на охране и защите прав и интересов авторов и их правопреемников (защита «патентной монополии») силой закона государства посредством соответствующего наказания производителей-«пиратов» за несанкционированное использование объектов промышленной собственности.
Экономические - меры экономического расчета	меры, основанные на сознательном и добровольном выборе приемлемых правил индивидуального поведения на основе экономической целесообразности, использовании официальных налоговых льгот и преимуществ санкционированного использования новых технологий.
Морально-этические	меры, основанные на пропаганде правил «честного бизнеса» и общественного неприятия несанкционированного использования чужой интеллектуальной собственности.
Договорные	меры, основанные на тщательной разработке выгодных для предприятия договоров и соглашений и на добровольном принятии на себя договорных обязательств по сотрудничеству и совместной деятельности с партнерами по инновационному бизнесу.
Оформление интеллектуальной собственности в качестве имущества	меры, основанные на инвентаризации, документальном оформлении, оценке и бухгалтерском учете результатов интеллектуальной деятельности.

Общеизвестный товарный знак приобретает правовую охрану в том случае, когда заявителю удастся убедить Роспатент в том, что в отношении его товаров определенное обозначение в результате интенсивного использования стало широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей, такое обозначение включается в Перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков. Охрана общеизвестного товарного знака действует бессрочно и даже может приобрести обратную силу, поскольку в свидетельстве указывается дата, с которой товарный знак признан общеизвестным. Кроме того, общеизвестным товарным знаком может быть признано и такое обозначение, которое ранее на территории Российской Федерации как товарный знак вообще не охранялось. Еще одним преимуществом общеизвестного товарного знака является возможность распространения правовой охраны, согласно п. 3 ст. 1508 ГК РФ и на иные классы товаров и услуг, кроме тех, в отношении которых он признан общеизвестным, «если

использование другим лицом этого товарного знака в отношении указанных товаров будет ассоциироваться у потребителей с обладателем исключительного права на общеизвестный товарный знак и может ущемить законные интересы такого обладателя» (п. 3 ст. 1508 ГК РФ).

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что коммерциализация интеллектуальной собственности в инновационной деятельности базируется на необходимости выделения группы отношений между отдельными субъектами рыночных отношений. Характеристика, возникающих отношений в конкретных рыночных условиях, выявляет организационно-правовые проблемы, которые необходимо решать, заниматься поиском наиболее эффективных вариантов их минимизации. Принципиальным является наличие и правильность оформления документов, подтверждающих права предприятия на объекты интеллектуальной собственности, в том числе на товарные знаки, учитывая, что в учетных документах предприятия отражаются только ценности, принадлежащие предприятию на правах собственности или на правах пользования. Таким образом, совершенствование организационно-правовых проблем коммерциализации товарных знаков при практическом осуществлении инновационной деятельности предприятия как основного звена промышленного производства, должно быть направлено на эффективное регулирование отношений собственности, как основного средства формирования рыночных отношений в промышленности и в конечном итоге определять результативность инновационной деятельности предприятия.

#### **Список источников:**

1. Куприянова, Николюкин (2019) - *Куприянова Л.М., Николюкин С.В. К вопросу о компенсации за нарушение исключительных прав* // Современный юрист. 2019. № 4 (29). С. 51-59.
2. Андрощук (2016) - *Андрощук Г. Превращение товарного знака в родовое понятие: доктрина и практика* // Интеллектуальная собственность. 2016. № 8. С. 51-60.
3. Рахматулина (2019) - *Рахматулина Р.Ш. Коммерческое использование объектов авторского права: монография*. М.: Проспект, 2019. С. 89-99.
4. Калятин (2000) - *Калятин В.О. Интеллектуальная собственность (исключительные права): учебник для вузов*. М.: Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М), 2000. С. 345-376.
5. Афанасьева, Долгих (2017) - *Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г. Товарные знаки с особым правовым режимом*. В кн. *Право интеллектуальной собственности: сб. науч.тр. Отв. ред. Афанасьева Е.Г.* М., 2017. С. 84-97.
6. Гаврилов (2017) - *Гаврилов Э.П. Общие положения гражданского права. Право интеллектуальной собственности. Иные правовые вопросы. XXI век*. М.: Издательство «Юрсервитум», 2017. С. 205- 273.
7. Цивилистическая концепция интеллектуальной собственности в системе российского права: монография / Под общ. ред. М.А. Рожковой. М.: Статут, 2018. С. 177-200.
8. Николюкин, Куприянова (2020) - *Николюкин С.В., Куприянова Л.М. Оборотоспособность результатов интеллектуальной деятельности: экономико-правовой аспект*// Современный юрист. 2020. № 1 (30) С.81-92.
9. Окунев, Головушкин, Майкова (2016) - *Окунев Д., Головушкин И., Майкова С. Формирование маркетинговой модели коммерциализации*

результатов научно-исследовательской деятельности в вузе // Интеллектуальная собственность. 2016. № 8. С. 5-16.

**References:**

Kupriyanova, Nikolyyukin (2019) - *Kupriyanova L.M., Nikolyyukin S.V. To the issue of compensation for violation of exclusive rights* [K voprosu o kompensacii za narushenie isklyuchitel'nyh prav] // *Modern Lawyer*. 2019. № 4 (29). P. 51-59.

Androshchuk(2016) - *Androshchuk G. Transformation of a trademark into a generic concept: doctrine and practice* [Prevrashchenie tovarnogo znaka v rodovoe ponyatie: doktrina i praktika] // *Intellectual property*. 2016. № 8. P 51-60.

Rakhmatulina (2019) - *Rakhmatulina R.Sh. Commercial Use of Copyright Objects* [Kommercheskoe ispol'zovanie ob"ektov avtorskogo prava: monografiya]: Monograph. M.: Prospect, 2019.P. 89-99.

Kalyatin (2000) - *Kalyatin V.O. Intellectual property (exclusive rights): a textbook for universities* [Intellektual'naya sobstvennost' (isklyuchitel'nye prava): uchebnik dlya vuzov]. M. : NORMA Publishing House (NORMA-INFRA-M Publishing Group), 2000.P. 345-376.

Afanasyeva, Dolgikh (2017) - *Afanasyeva E.G, Dolgikh M.G Trademarks with special legal regime. In the book. Intellectual Property Law: Sat scientific Repl.*[ Tovarnye znaki s osobym pravovym rezhimom. V kn. Pravo intellektual'noj sobstvennosti: sb. nauch.tr] ed. Afanasyeva E.G. M., 2017.P. 84-97.

Gavrilov (2017) - *Gavrilov E.P. General provisions of civil law. Intellectual Property Law. Other legal issues. XXI Century* [Obshchie polozheniya grazhdanskogo prava. Pravo intellektual'noj sobstvennosti. Inye pravovye voprosy. XXI vek]. M. : Publishing house «Yurservitum», 2017. P. 205-273.

The civilistic concept of intellectual property in the system of Russian law [Civilisticheskaya koncepciya intellektual'noj sobstvennosti v sisteme rossijskogo prava]: monograph / Ed. ed. M.A. Rozhkova. M. : Statute, 2018.P. 177-200.

Nikolyukin, Kupriyanova (2020) - *Nikolyukin S.V., Kupriyanova L.M. Turnover of the results of intellectual activity: economic and legal aspect* [Oborotosposobnost' rezul'tatov intellektual'noj deyatel'nosti: ekonomiko-pravovoj aspekt] // *Modern Lawyer*. 2020. № 1 (30) P. 81-92.

Okunev, Golovushkin, Maykova (2016) - *Okunev D., Golovushkin I., Maykova S. Formation of a marketing model for the commercialization of the results of research activities at a university* [Formirovanie marketingovoj modeli kommercializacii rezul'tatov nauchno-issledovatel'skoj deyatel'nosti v vuze]// *Intellectual Property*. 2016. № 8. P. 5-16.