

УДК 339.94

БЕРДИН АЛЕКСАНДР ЭДУАРДОВИЧ

старший преподаватель кафедры экономики высокотехнологичных производств Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения,
e-mail: berdin07@mail.ru

БЕРДИНА МАРИНА ЮРЬЕВНА

к.э.н., доцент, доцент кафедры международного предпринимательства, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения,
e-mail: svitkova_marina@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2024-2-194-201

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ И БРЕНДЫ В РФ: БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ ПОД САНКЦИОННЫМ ДАВЛЕНИЕМ?

Аннотация. Цель работы. Целью работы является определение проблем и перспектив развития отечественного рынка объектов интеллектуальной собственности, в частности торговых знаков и брендов в санкционный период. Метод или методология проведения работы. Исследование основывается на общенаучной методологии с применением системного и аналитического подхода к решению проблем. Основной работой являются статистические данные ведущих организаций, регулирующих рынок объектов интеллектуальной собственности (Роспатент), а также результаты исследований консалтинговых компаний по развитию отечественного рынка ОИС. Результаты. Жесткое санкционное давление на российскую экономику практически во всех сферах экономики, а также уход (иногда даже вынужденный, нежели добровольный) поставили перед отечественными властями острый вопрос о срочной трансформации и «возрождении» развития российского сегмента рынка объектов интеллектуальной собственности. Помимо трудностей в высокотехнологичном секторе, которые есть не только в России, но и во всем мире, необходимо решать вопросы и по «мирным» направлениям, так называемому масс-маркету, где решающее значение имеют торговые знаки и бренды. Поэтому активизация направления деятельности компаний по сохранению существующих и регистрации новых торговых знаков и брендов являются одной из ключевых для качественного роста всей российской экономики. Область применения результатов. Результаты проведенного исследования могут быть полезными для компаний, как отечественных, так и иностранных, рассматривающими возможность открытия своего бизнеса в России в тех сферах экономики (торговля сфера услуг, высокие технологии), где необходимость регистрации своего торгового знака и построения «своего» бренда является неотъемлемой частью залога будущего предпринимательского успеха. Выводы. В настоящей статье был представлен анализ текущего состояния на рынке ОИС в России, показаны проблемные и уязвимые направления (особенно в части присутствия иностранных высокотехнологичных разработок на российском рынке), а также сделан вывод об уверенном развитии сектора отечественных торговых знаков и брендов в общем объеме отечественных ОИС.

Ключевые слова: Объекты интеллектуальной собственности (ОИС) Торговый знак Бренд Регистрация торговых знаков Импортзамещение франчайзинг

BERDIN ALEXANDER EDUARDOVICH

Senior Lecturer at the Department of Economics of High-tech Industries St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,
e-mail: berdin07@mail.ru

BERDINA MARINA YURIEVNA

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Entrepreneurship, St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, e-mail: svitkova_marina@mail.ru

TRADEMARKS AND BRANDS IN THE RUSSIAN FEDERATION: TO BE OR NOT TO BE UNDER SANCTIONS PRESSURE?

Annotation. *The purpose of the work. The purpose of the work is to identify the problems and prospects for the development of the domestic market of intellectual property objects, in particular trademarks and brands during the sanctions period. The method or methodology of conducting the work. The research is based on a general scientific methodology using a systematic and analytical approach to problem solving. The work is based on statistical data from leading organizations regulating the intellectual property market (Rospatent), as well as the results of research by consulting companies on the development of the domestic IPO market. Results. The harsh sanctions pressure on the Russian economy in almost all spheres of the economy, as well as the withdrawal (sometimes even forced rather than voluntary) posed an urgent question to the domestic authorities about the urgent transformation and "resumption" of the development of the Russian segment of the intellectual property market. In addition to the difficulties in the high-tech sector, which exist not only in Russia, but also around the world, it is necessary to resolve issues in "peaceful" areas, the so-called mass market, where trade marks and brands are crucial. Therefore, the activation of the activities of companies for the storage of existing and registration of new trademarks and brands is one of the key areas for the qualitative growth of the entire Russian economy. The area of application of the results. The results of the conducted research can be useful for companies, both domestic and foreign, considering the possibility of opening their own business in Russia in those sectors of the economy (trade, services, high technology), where the need to register their trademark and build "their own" brand is an integral part of the guarantee of future entrepreneurial success. Conclusions. This article presents an analysis of the current state of the IPO market in Russia, shows problematic and vulnerable areas (especially in terms of the presence of foreign high-tech developments in the Russian market), and concludes about the steady development of the sector of domestic trademarks and brands in the total volume of domestic IPOs.*

Keywords: *Intellectual property objects (IPOs) Trademark Brand Trademark registration Import substitution franchising*

Введение

Уходящее десятилетие (с 2014 г.) дало миру и России в том числе достаточно много пищи для размышления не только в части политических коллизий, но и в свете необходимости трансформации экономик (если не комплексно, но хотя бы отдельных ее элементов). Запрет к доступу ряда рынков высокотехнологичной продукции, ввиду введения жестких санкций и ухода ряда компаний с российского рынка, поставили перед властями острый вопрос о срочной трансформации и "возобновлении" развития российского сегмента рынка объектов интеллектуальной собственности и вообще создания "бренда" российского интеллектуального капитала как на национальном рынке, так и за рубежом, в первую очередь, на рынках "дружественных" стран. Из-за давления санкций, несмотря на колоссальный научный и производственный потенциал, ситуация с регистрацией и обеспечением правовой защиты результатов интеллектуальной деятельности остается сложной. В этой связи для России остро стоит вопрос не только регистрации иностранных ОИС (в первую очередь, из дружественных стран), но также и работа в сфере создания, развития, коммерциализации и защиты отечественных ОИС, особенно в сфере масс-маркета, где сосредоточена основная покупательная способность населения.

Обзор текущего состояния отечественного рынка ОИС

Несмотря на имеющиеся трудности в развитии рынка объектов интеллектуального капитала, проводимая в России макроэкономическая политика и принимаемые государством меры по разработке национальной стратегии развития интеллектуальной собственности, позволяют доста-

точно ровно справляться с трудностями в развитии отечественного рынка интеллектуального капитала. В период 2018-2023 г. прослеживался стабильный рост использования объектов интеллектуальной собственности – за 5 лет их использование выросло на 61,30%. Однако используется всего лишь около 10% объектов интеллектуальной собственности (ОИС), имеющих правовую охрану.

Таблица 1

Динамика изменения ОИС в РФ [6]

Наименование показателя	2018	2019	2020	2021	2022
Изобретения	17340	20402	20636	21890	20667
Полезные модели	6339	7166	7098	7156	7168
Промышленные образцы	2195	2466	2825	2711	3259
Программы для ЭВМ	12125	14694	16920	21235	24560
Базы данных	1472	1961	2517	3144	3917
Топологии интегральных микросхем	366	549	452	465	476
Селекционные достижения	584	997	1222	1817	2008
Секреты производства (ноу-хау)	3495	4418	8227	9276	8781
Всего	43916	52653	59897	67694	70836

Однако, в свете геополитических и геоэкономических изменений в 2022 году, как видно из таблицы 1, на 5,59% уменьшилось количество используемых изобретений и на 5,34% – секретов производства (ноу-хау).

В силу специфики направления настоящей статьи, а именно торговые знаки и бренды, мы не будем вдаваться в подробности разработки и применения всех ОИС на российском рынке. Нас интересует лишь категория секретов производства, брендов, торговых марок и, соответственно, проблема их развития в России в условиях санкций. Так, как это не покажется удивительным, спрос на регистрацию товарных знаков в России даже в нынешние «санкционные» годы растет. Если в 2020 году было подано 93,9 тысячи заявок, то в 2021 году – уже 107 тысяч, а в 2022 году количество заявок достигло 112 тысяч (рис. 1).

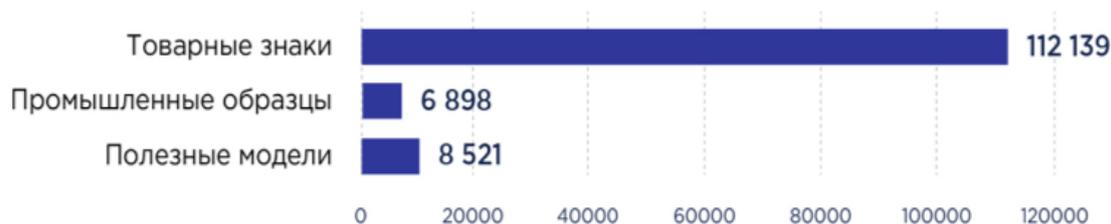


Рис. 1. Структура ОИС в РФ в 2022 г., (ед.) [6]

Примерно такие же данные о положительной динамике можно назвать и о числе зарегистрированных товарных знаков. На протяжении последних 5 санкционных лет количество зарегистрированных торговых знаков неуклонно растет (табл. 2).

Таблица 2

Количество зарегистрированных товарных знаков в РФ по годам [5]

Год	Число товарных знаков
2018	49363
2019	49455
2020	50172
2021	54897
2022	67594
2023	75854

Если проанализировать географическую структуру заявителей на регистрацию товарных знаков и брендов в России, то здесь отчетливо видно преобладание российских компаний. Так, на долю отечественных заявителей приходится порядка 76,2%, остальное – иностранным [6]. Естественно, данный факт обусловлен санкционным режимом. Но если обратить внимание на географию иностранных резидентов, то как это не покажется парадоксальным, то далеко не все страны входят в список только, как это модно нынче говорить, в число дружественных стран. В списке основных иностранных резидентов (табл. 3) достаточное число компаний из «недружественных» стран.

Таблица 3

Количество зарегистрированных товарных знаков по странам (топ-20 стран) [5]

Страна	Кол.
Россия	69484
Китай	1848
Соединенные Штаты	773
Германия	296
Беларусь	287
Корея, Республика	287
Кипр	231
Швейцария	188
Гонконг	162
Объединенные Арабские Эмираты	157
Соединенное Королевство	134
Турция	127
Италия	110
Япония	108
Франция	107
Казахстан	105
Сент-Китс и Невис	99
Армения	98
Индия	91
Сингапур	86
Испания	72

Значительная активность в РФ отмечается в регистрации товарных знаков на одежду и обувь, программное обеспечение, бытовую химию, косметику и парфюмерию, а также на кондитерские и хлебобулочные изделия (табл.4).

Таблица 4

Рейтинг топ-5 направлений бизнеса по регистрации товарных знаков в РФ [5].

Место в рейтинге	Группы товаров	% от числа поданных заявок по национальной процедуре
1	Одежда, обувь	18,8
2	Программное обеспечение, электроника	16,7
3	Бытовая химия, парфюмерия, косметика	15
4	Кондитерские, хлебобулочные товары	13,5
5	Фармацевтика	13,5

Главное направление роста заявок на получение патентов в России в последние месяцы наблюдается в ведущих технологических областях: медицина, нефтехимия и газовая промышленность, инструментальная диагностика, самолетостроение и водородные технологии. За 2023 год рост числа подаваемых заявок составил примерно 50%. А некоторые разработки, например, беспилотные технологии показывают динамику увеличения количества заявок в два раза. Также идет рост заявок по искусственному интеллекту на 60%, в робототехнике - на 13%.

Активный рост отмечается и в «потребительском секторе» ОИС, а именно в категории регистрации торговых знаков и брендов. Так, за 2023 год рост числа заявок на регистрацию товарных знаков от российских заявителей был на 38% больше по сравнению с 2022 годом. Это очень внушительный показатель, так как в предыдущие годы рост составлял от 3 до 8%. В последние месяцы наблюдается положительная устойчивая тенденция - очень много продукции российских компаний выводится на рынок. В 2023 году было подано более 26 тысяч заявок для регистрации своих торговых знаков и брендов российскими компаниями. Одна из основных причин такого взрывного роста – это желание развивать свой отечественный бизнес. Это заявки именно на собственные отечественные бренды, а не попытка сменить ярлыки или провести частичный ребрендинг (схожее написание, звучание и прочее бренда) иностранных компаний, покинувших Россию. Сейчас у людей значительно повысилось требование к качеству, оригинальности продукции и наличию прав на товарный знак, чтобы не приобретать контрафактную продукцию.

Иностранные ОИС в России: быть или не быть?

Несмотря на геополитические сложности, иностранные компании продолжают регистрировать товарные знаки в России. Причем регистрируют свои права в России не только относительно «новички» на российском бизнес-рынке, но и такие мировые бренды, как Microsoft и Google. Значительная часть иностранных компаний рассчитывает вернуться на российский рынок. Вопрос только – будет ли у них свободная ниша, будет ли их «ждать» отечественный покупатель после их «разворотов» и удовлетворения спроса уже новыми брендами.

Вполне естественно, что за последние число заявок на регистрацию иностранных брендов в России постепенно снижалось из-за нынешней ситуации. Но от некоторых иностранных компаний идет прирост заявок. В частности, значительно выросло число регистраций брендов от Поднебесной. Так, китайские автогиганты Haval, Changan и Cherry активно подают заявки на бренды своих автомобилей и сопутствующие товары. Активный рост показывают компании из Белоруссии и Южной Кореи. Нам представляется, что такая активность со стороны иностранных компаний связана с очевидной выгодой от сотрудничества с Россией как в экономическом, так и в политическом плане в долгосрочном периоде, даже если товары иностранных компаний пока не реализуются на нашем рынке по той или иной причине. Это вполне можно отнести к так называемой стратегии «обеспечения правовой охраны бренда» до его выхода на рынок.

Иностранные компании, объявившие о своем желании покинуть российский рынок, также в основном не спешат отказываться от зарегистрированных товарных знаков (например, KFC), продлевая сроки действия лицензий на случай, если появится возможность вернуться. Одна из причин, по которой сейчас отмечается высокий спрос на регистрацию товарных знаков, связана с тем, что несмотря на санкции, с июня 2023 года их могут регистрировать и самозанятые, которых в России почти 6 млн.

Кроме того, значительная часть иностранных компаний из сферы торговли и услуг, ушедших

с рынка, считают этот шаг очень «временной» и «вынужденной» мерой (под давлением своих правительств, чтобы не попасть под жесткие национальные ограничения). Зачастую они не продают свои бренды и не отказываются от поддержания своей интеллектуальной собственности, а перерегистрируют ее на отечественных компаний-партнеров, что особенно характерно для такой формы партнерства, как франчайзинг. Можно привести много примеров (Zara, KFC, McDonald's и др.), которые прошли процедуру ребрендинга со своими российскими мастер-франчайзи, с оговоркой в договоре о праве обратного выкупа своего бизнеса под прежним брендом.

Уход многих иностранных компаний с российского рынка привел к тому, что потребители и промышленность стали опасаться дефицита привычных товаров знакомых брендов. В связи с ограничениями на ввоз товаров на российский рынок были внесены поправки в закон о легализации параллельного импорта [2].

В ближайшие годы ситуация на отечественном рынке результатов интеллектуальной деятельности будет оставаться сложной и не сможет эффективно развиваться без сильной господдержки, хотя бы в период санкций. На данный момент российский рынок интеллектуальной собственности отстает от мировых тенденций и направлений в этой области, а регулярно вводимые западными странами санкции могут, к сожалению, отбросить российский рынок ОИС на десятилетие (например, эксперты уже отмечают, что запрет использования дронов на определенных территориях и на определенное время приведет к потерям в 1,5 млрд руб и отставанию в развитии данной сферы на 5 лет).

Изменившаяся в 2022 г. ситуация бросила вызов сфере интеллектуальной собственности. Для минимизации возможных потерь необходимо оптимизировать процессы по управлению интеллектуальной собственностью. Российское законодательство в сфере интеллектуальной собственности (а именно, Часть 4 ГК РФ) регулярно обновляется и старается идти в ногу со временем. Однако введение экономических санкций, уход ряда иностранных компаний с российского рынка стали заметно негативно сказываться на российском бизнесе, специфика которого связана с интеллектуальным капиталом. Если раньше основное внимание уделялось автоматизации процессов и цифровизации для развития, то теперь в центре внимания - экономия ресурсов. Выживание бизнеса стало главным приоритетом для компаний, что означает повышение адаптивности всех процессов, включая управление интеллектуальными активами.

Возможным решением для экономии ресурсов может стать передача всей интеллектуальной собственности в управление одному юридическому лицу. Это позволит централизовать все активы и управлять ими из одного места.

Среди существующих возможностей эксперты также отмечают изменение порядка расчетов с правообладателями в пользу ограничительных мер в отношении России. Так, в 2022 году можно будет использовать интеллектуальную собственность правообладателей в недружественных странах без их согласия и без выплаты им определенной компенсации. Также в 2022 году от НДС освобождаются операции, основанные на договорах франчайзинга. Эти меры направлены на компенсацию ухода иностранных компаний с российского рынка [4].

Из-за санкций доступ к высокотехнологичной продукции и промышленным технологиям значительно усложнился, а их разработка с нуля занимает много времени и средств. Отсутствие высоких технологий, вызванное санкциями, компании компенсируют параллельным импортом или поиском доступных на рынке альтернатив, пусть и низкого качества.

Однако применение данной схемы, хоть и возможно для применения в краткосрочном периоде для нивелирования риска появления дефицита ряда товаров, производство которых в России не налажено, но в долгосрочной перспективе может обернуться серьезными проблемами для экономики. Это связано, в первую очередь, с тем, что иностранный владелец бренда (зачастую известного, ассоциирующегося в глазах потребителя как производителя качественной конкурентоспособной продукции) лишается защиты своих исключительных прав. Кроме того, возможна порча репутации бренда за счет низкого качества товаров или сервиса. Это опасно, поскольку российские компании гораздо реже ведут пристальный мониторинг за рынком, чем иностранные компании. Владельцы зарубежных брендов проводили достаточно жесткую политику по сохранению своего гудвила - они чаще выявляли нарушения, сообщали об этом в соответствующие инстанции, в судебном порядке требовали возмещения экономического ущерба от нарушителей.

Сейчас контроль над рынком ослаб и потенциальные нарушители меньше рискуют и могут

значительно в больших масштабах портить ценность иностранного бренда, оставаясь безнаказанными. Недобросовестные участники рынка также могут привлечь внимание потребителей к продукции отечественных производителей. Это может привести к репутационному ущербу и негативно сказаться на доходах правообладателей. До введения санкций западные компании могли продавать свою продукцию в России по ценам выше среднемировых. Сегодня, помимо официальных центров продаж, в стране могут торговать и другие компании. Больше нет монополии как на импорт, так и на продажу продукции в стране. Параллельный импорт усиливает внутреннюю конкуренцию за один и тот же бренд. В результате цены могут снизиться. Следствием падения цен на продукцию среднего сегмента является ослабление позиций отечественных брендов. Даже незначительное падение спроса на отечественную продукцию может сильно повлиять на многих производителей. В результате конечные потребители снова смогут покупать необходимые им товары по более низким ценам и на более короткие сроки. Однако существует и риск приобретения бракованной продукции или поддельных брендов, поскольку многих импортеров трудно отследить.

Однако необходимо различать два важных факта. Зарегистрированный товарный знак и бренд, равно как и заявления компаний об уходе брендов с рынка – это не одно и то же. Товарные знаки, особенно принадлежащие ушедшим иностранным компаниям, до сих пор в России действуют — то, что ушел бренд, не значит, что полностью аннулирован товарный знак. Американские агломерации Microsoft и Google традиционно регистрируют бренды IT-продуктов – смарт-часы, электронику, приложения для компьютеров и смартфонов. В последнее время случались нелицеприятные факты, связанные с копированием уходящих брендов. Так, когда подавались заявки в Роспатент на скопированные бренды, то им в регистрации отказывали. Правообладатели обращаются в суды, им сокращают компенсацию за «подделку» бренда и возмещение ущерба из-за того, что они ушли с российского рынка и не заинтересованы в нем, но товарный знак на территории России у этих компаний все еще зарегистрирован.

Если регистрация действует, копировать ее нельзя, даже если в какой-то период времени она и не используется. Опять-таки можно привести примеры практически всех компаний масс-маркета – от торговли до услуг и фаст-фуда, кто «ушел и вернулся» под другим брендом. Товарный знак можно аннулировать спустя три года его неиспользования, но только в том случае, если он действительно не используется, но пока правовых оснований для этого нет.

Заключение

Проанализировав текущее состояние рынка объектов интеллектуальной собственности в России, сделаем один главный вывод. В текущих условиях санкционного давления и установления серьезных препятствий для прямой торговли и регистрации иностранных патентов, торговых знаков и прочего на территории России, равно как и отечественных ОИС за рубежом, применение концепции не покупки, но временного коммерческого трансфера технологий и практически всего комплекса ОИС, к которому мы как раз и относим франчайзинговый бизнес, может стать легальным, относительно низкочувствительным способом, если не вхождения на рынок, то опционом сохранения присутствия на российском рынке иностранных компаний, как уже работающих по франчайзинговой схеме, так и в других форматах (филиал, дочернее предприятие, совместное предприятие). Поэтому смена формата присутствия на открытие франчайзинговой точки с российским партнером для нефранчайзинговых иностранных компаний – это самый надежный способ сохранения своих потребителей, работников, да и всей логистической цепочки за счёт минимизации импортных поставок комплектующих и ингредиентов и значительного расширения использования возможностей местных поставщиков.

Литература

1. Аналитические исследования сферы интеллектуальной собственности 2022: использование результатов интеллектуальной деятельности в регионах РФ. – М.: Федеральный институт промышленной собственности (ФИПС), 2023, 54 с.
2. Параллельный импорт и интеллектуальная собственность: как санкции влияют на российское законодательство // Вестник лицензионного рынка. <https://licensingrussia.ru/article/11489-parallelnyi-import-i-intellektualnaia-sobstvennost-kak-sanktsii-vliiaiat-na-rossiiskoe-zakonodatelstvo/>
3. Приказ Роспатента от 01.04.2019 № 48 «Об утверждении Плана деятельности Федеральной службы

по интеллектуальной собственности (Роспатент) на 2019 - 2024 годы»

4. Приобрести франшизу в новых реалиях: риски и перспективы // <https://pravo.ru/story/245243/>
5. Статистика регистрации товарных знаков в РФ (2023) // <https://www.znakoved.ru/digests/12012023/>
6. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) // <https://rospatent.gov.ru/ru>

References

1. *Analiticheskie issledovaniya sfery intellektual'noj sobstvennosti 2022: ispol'zovanie rezul'-tатов intellektual'noj deyatel'nosti v regionah RF.* – М.: Federal'nyj institut promyshlennoj sobstvennosti (FIPS), 2023, 54 s.
2. *Parallel'nyj import i intellektual'naya sobstvennost': kak sankcii vliyayut na rossijskoe zakonodatel'stvo* // *Vestnik licenзионного рынка.* <https://licensingrussia.ru/article/11489-parallelnyi-import-i-intellektualnaia-sobstvennost-kak-sanktsii-vliiaiat-na-rossiiskoe-zakonodatel'stvo/>
3. *Prikaz Rospatenta ot 01.04.2019 № 48 «Ob utverzhdenii Plana deyatel'nosti Federal'noj sluzh-by po intellektual'noj sobstvennosti (Rospatent) na 2019 - 2024 gody»*
4. *Priobresti franshizu v novyh realiyah: riski i perspektivy* // <https://pravo.ru/story/245243/>
5. *Statistika registracii tovarnyh znakov v RF (2023)* // <https://www.znakoved.ru/digests/12012023/>
6. *Federal'naya sluzhba po intellektual'noj sobstvennosti (Rospatent)* // <https://rospatent.gov.ru/ru>