МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Кафедра «Менеджмент и экономическая безопасность»

Специальность 38.05.02 «Таможенное дело»

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему

«Защита прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции»

Студент группы 17ЭД2 _____ (подпись, дата) Джабраилов Максим Русланович (фио полностью)

(номер группы)

Руководитель к.с.н., доцент кафедры «МиЭБ» _____ (подпись, дата) Агамагомедова С.А. (фамилия, инициалы)

(должность)

ФГБОУ ВО «ПГУ»

(наименование организации)

Нормоконтролер к.с.н., доцент кафедры МиЭБ _____ (подпись, дата) Агамагомедова С.А. (фамилия, инициалы)

(должность)

ФГБОУ ВО «ПГУ»

(наименование организации)

Рецензент специалист по таможенному оформлению _____ (подпись, дата) Елистраткин П.С. (фамилия, инициалы)

(должность)

ООО «Корунд»

(наименование организации)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ №_____)

Заведующий кафедрой _____ (подпись, дата) Тактарова С.В. (фамилия, инициалы)

*Работа защищена с отметкой*_____ (протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК _____ (подпись, дата) Солдатова С.С._____ (фамилия, инициалы)

Пенза 2022

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Кафедра «Менеджмент и экономическая безопасность»

Специальность 38.05.02 «Таможенное дело»

«УТВЕРЖДАЮ»
Зав. кафедрой «Менеджмент и экономическая безопасность»
С.В. Тактарова

_____

« » _____

ЗАДАНИЕ

на дипломную работу студента

Джабраилова Максима Руслановича

(фамилия, имя, отчество)

Тема дипломной работы «Защита прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции»

1. Утверждена приказом по ФГБОУ ВО «ПГУ» № 939а/о от «24» ноября 2021 г.

2.Срок сдачи студентом законченной работы 30.05.2022г.

3.Основные источники, необходимые для написания работы: нормативные и правовые акты, научная литература и периодические издания по теме дипломной работы и материалы, собранные в ходе прохождения практики.

4. Перечень подлежащих разработке вопросов: изучить проблемы защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте кондитерской продукции, исследовать организационно-экономическую характеристику и характеристику товарных знаков на примере ООО “Невский Кондитер”.

5. Работа иллюстрируется презентацией материалов, созданной с использованием приложения PowerPoint. Регламент доклада с презентацией материалов составляет 5-7 минут

6. Дата выдачи задания - 07.02.2022г.

Руководитель _____

(подпись)

Задание принято к исполнению _____

(дата и подпись студента)

Календарный план разработки дипломной работы

№ п/п	Наименование разделов	Объем работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1	Подбор и изучение литературы	5%	07.02.2022 - 10.02.2022	Выполнено
2	Разработка 1-й главы	10%	08.02.2022- 20.02.2022	Выполнено
3	Проверка 1-й главы руководителем и доработка ее по замечаниям руководителя	10%	22.02.2022- 27.02.2022	Выполнено
4	Разработка 2-й главы	15%	01.03.2022- 13.03.2022	Выполнено
5	Проверка 2-й главы руководителем и ее доработка	10%	15.03.2022- 20.02.2022	Выполнено
6	Разработка 3-й главы	15%	22.03.2022- 03.04.2022	Выполнено
7	Проверка 3-й главы руководителем и ее доработка	10%	05.04.2022- 10.04.2022	Выполнено
8	Написание введения и заключения, представление законченной работы руководителю	5%	12.04.2022- 17.04.2022	Выполнено
9	Проверка руководителем законченной работы	5%	19.04.2022- 24.04.2022	Выполнено
10	Доработка по замечаниям руководителя и оформление работы	5%	26.04.2022- 08.05.2022	Выполнено
11	Написание доклада на защиту дипломной работы	5%	10.05.2022- 15.05.2022	Выполнено
12	Создание презентации на защиту дипломной работы	5%	17.05.2022 30.05.2022	Выполнено

Руководитель_____

(подпись)

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа состоит из 64 страниц, 27 рисунков, 3 таблиц, 38 источников.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ НА ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ПРИ ЭКСПОРТЕ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «НЕВСКИЙ КОНДИТЕР». ОПТИМИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ЗАЩИТЫ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ НА ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ПРИ ЭКСПОРТЕ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.

Целью выпускной квалификационной работы является рассмотрение и изучение защиты прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции.

Объект исследования - теоретические аспекты защиты прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции.

Предмет дипломной работы – товарный знак.

В процессе работы были изучены особенности защиты прав на товарные знаки при экспорте кондитерской продукции, рассмотрены проблемы защиты исключительный прав на товарные знаки, была исследована организационно-экономическая характеристика и характеристика товарных знаков ООО «Невский Кондитер», а так же предложена оптимизация механизма защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте кондитерской продукции.

Разработанные мероприятия помогут выделить и решить основные и наиболее важные проблемы защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте кондитерской продукции.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……6

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……...8

1.1 Товарный знак: понятие, виды и использование…….8

1.2 Правовое регулирование в сфере охраны и защиты прав на товарные знаки……..19

2 ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ НА ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ПРИ ЭКСПОРТЕ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «НЕВСКИЙ КОНДИТЕР»……23

2.1 Общая организационно-экономическая характеристика ООО «Невский кондитер»…….23

2.2 Характеристика товарных знаков ООО «Невский кондитер» и особенности их использования……29

2.3 Проблемы защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте продукции ООО «Невский кондитер»……38

3 ОПТИМИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ЗАЩИТЫ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ НА ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ПРИ ЭКСПОРТЕ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ……..47

3.1 Интеллектуальный потенциал производственных предприятий Пензенской области……...47

3.3 Совершенствование защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте продукции предприятиями региона……...52

ЗАКЛЮЧЕНИЕ …….57

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ……..60

ВВЕДЕНИЕ

Сейчас в современных условиях товарные знаки являются очень важным фактором для развития любого предпринимательства. Они составляют почти 80% всех активов самых крупных компаний, как российских, так и международных.

Каждой фирме или компании необходимо использовать товарный знак. Он позволяет предприятию при выпуске его продукции, выделить свой товар на фоне других, не имеющих других аналогов. Это очень мощное оружие в конкурентной борьбе.

Все знают, что признанные или по-другому популярные товарные знаки, которые существуют на рынке, имеют очень большую ценность.

К примеру, стоимость таких товарных знаков как «Coca-cola», «Ford», «Disney», «Nokia», «McDonalds» почти несколько десятков млрд. долларов.

Если подумать, если же товарный знак обладает такими важными качествами и свойствами, он, несомненно, нуждается в защите. Очень много происходит ситуаций, которые затрагивают правовое регулирование товарного знака. К примеру, жалобы, иски и какие либо судебные разбирательства. Это говорит о том, что современные предприниматели не всегда понимает, как правильно защитить свою интеллектуальную собственность и избежать дальнейших проблем.

Поэтому я считаю, что тема данной работы очень актуальна в настоящий момент, ведь если правильно использовать товарный знак с точки зрения права, он будет гарантировать условия успешного ведения бизнеса.

В Российской Федерации все большее значение приобретает защита интеллектуальных прав в судебном порядке. Очевидно, что на сегодняшний день судебный порядок рассмотрения споров является наиболее демократичной и совершенной формой защиты субъективного права. Только в судебном процессе в полной мере обеспечивается равенство сторон и независимость органа, рассматривающего дело.

Судебная защита является высшей формой защиты прав граждан, в том

числе на объекты интеллектуальной собственности.

Цель работы – Рассмотреть и изучить защиту прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции

Задачи:

1. Изучить понятие товарного знака, его виды и методы использования
2. Проанализировать особенности защиты прав на товарные знаки при экспорте кондитерской продукции
3. Исследовать организационно-экономическую характеристику и характеристику товарных знаков на примере ООО «Невский Кондитер»
4. Изучить проблемы защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте кондитерской продукции
5. Предложить оптимизацию механизма защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте продукции

Объект исследования - теоретические аспекты защиты прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции

Предмет дипломной работы – товарный знак

Структура работы представлена введением, тремя главами, заключением, списком литературы

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1.1 Товарный знак: понятие, виды и использование

Часто товарный знак употребляется в других понятиях, которые очень схожи с основным, к примеру: эмблема, бренд, торговая марка, логотип или же торговый знак.

Товарный знак, позволяет нам определить или идентифицировать какой либо товар или же группу продукции. Закон дает очень четкое определение товарному знаку, которое указывает на его особенность.

В соответствии с частью 1 статьи 1477 ГК РФ товарный знак - это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, исключительное право, на которое удостоверяется свидетельством на товарный знак.

Если посмотреть, то визуально он выглядит как графический или текстовый объект, который нанесен на какую либо продукцию или упаковку.

Сейчас товарный знак воспринимается как знак качества. Следовательно, чем выше репутация самого предприятия то и цена товарного знака соответственно будет выше.

Основными целями использования товарного знака являются:

– помогает отличить потребителю один продукт от другого

– он дает понять покупателю, что, покупая данный товар, он может не беспокоиться о его качестве[17].

Гарантировать качество и престиж своей продукции – основные причины, по которым потребители готовы переплачивать за «фирменные» товары или услуги.

Товарный знак можно рассматривать как объект интеллектуальной собственности, ведь придумать или разработать уникальное обозначение можно только в ходе творческого процесса.

Существуют определенные признаки характерные для товарного знака, которыми он должен обладать для того, чтобы пройти регистрацию

Рисунок 1.1 – Признаки товарного знака

Для защиты прав на свой “уникальный” товарный знак, проводиться процедура регистрации в Роспатенте.

Сам процесс регистрации заявления включает в себя экспертизы, по окончанию которых выдается охранный документ — свидетельство.

Законодательство в сфере интеллектуальной собственности в России полностью кодифицировано в Части четвертой Гражданского кодекса РФ (далее – часть 4 ГК РФ), введенной в действие с 01.01.2008.

Рисунок 1.2 – Источники права интеллектуальной собственности

Часть 4 ГК РФ подтверждает, что сведения о вашем товарном знаке включены в федеральный реестр объектов интеллектуальной собственности.

Если же свидетельство уже есть, то мы смело можем использовать свой товарный знак для распространения продукции, а также передавать и отчуждать третьим лицам права на него.

Товарный знак, который был зарегистрирован предприятием или же индивидуальным предпринимателем, является его основным активом. Он может позволить выявить контрафакт или же подделки продукции, а также его используют как основу для развития бизнеса.

Товарный знак, это нематериальный актив, который может стать предметом залога, или же частично передаваться по франшизе. Его стоимость учитывается при оценке бизнеса[13].

Обозначения, которые нанесены на товар, говоря другими словами, которые предназначены для индивидуализации товаров и услуг, позволяют отличить товар одного производителя от товара другого. Товарный знак подлежит специальной регистрации. Абсолютно все товарные знаки могут быть выражены в разной форме. Каждый знак должен обладать своим фирменным стилем.

К примеру, могу привезти несколько определений, составляющих фирменного стиля товарного знака.

Торговая марка - товарный знак, обозначение, способное отличать товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других лиц.

Логотип – краткая форма названия компании или предприятия

Фирменный знак — картинка, или же какой-либо другой графический элемент, который находиться рядом с названием предприятия, однако его можно использовать и отдельно.

Знак обслуживания – его используют для индивидуализации услуг, а не товаров. Другими словами, главное отличие от товарного знака то, что предприятие или же компании под знаком обслуживания предоставляют услуги, но не маркируют им товары, в случае с товарным знаком.

Слоган – короткая запоминающаяся фраза

Бренд – всем известная торговая марка, которая захватила какую-либо долю рынка.

Товарным знаком может быть как форма бутылки, звук, вывеска, этикетка или же цвет.

В статье 1482 ГК РФ есть перечень обозначений, которые можно зарегистрировать в качестве товарного знака.

К этому перечню относятся:

- текстовые обозначения, слова и словоформы — в этом случае используются только буквенные символы без применения графики;
- изобразительные обозначения — торговый знак состоит из графических элементов и блоков, без включения текста;
- объемные обозначения — графический или иной творческий замысел, выраженный в трехмерном виде;
- цветовые, звуковые или тактильные обозначения;
- комбинированные обозначения - различные сочетания перечисленных текстовых, графических и объемных объектов.

Что бы предприятие было успешным, его товарный знак должен обладать отличительной способностью. Его должно быть невозможно ни с чем не спутать, то есть он должен быть уникальным во всех отношениях.

Однако придумать и создать такой товарный знак, что бы он был успешным и уникальным очень не просто[27].

Товарные знаки могут быть изобразительными, словесными, комбинированными, звуковыми, трехмерными — представляющими собой упаковку товаров или сами товары.

Рисунок 1.3 – Виды товарных знаков

Словесный товарный знак – они состоят из слов, букв, словосочетаний и предложений. Их почти 80 % от всех существующих товарных знаков и являются самыми распространёнными из всех. Словесный товарный знак еще называют логотипом.

Почти все регистрируемые товарные знаки относятся к данному типу. Они могут быть как вымышленными, так и реальными словами.

Рисунок 1.4 – Пример словесных товарных знаков

Изобразительные товарные знаки – это товарные знаки, не содержащие текст. В основном это абстрактные или конкретные изображения.

Как правило, данный вид знаков называют эмблемами, а также они могут быть логотипом компании.

Рисунок 1.5 – Пример изобразительных товарных знаков

Комбинированный товарный знак – содержит в себе как изобразительные товарные знаки, так и словесные, объемные и т.д.

Зачастую в комбинированном типе товарных знаков встречаются словесные и изобразительные элементы, сочетания рисунка и слова, рисунка и букв, рисунка и цифр, слов и цифр и т.п.

Рисунок 1.6 – Пример комбинированных товарных знаков

Объемные товарные знаки - трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий и фигур в пространственном расположении, которые могут представлять собой форму товара или его части, форму упаковки товара или форму, не связанную с товаром, а также трехмерные объекты, фигуры и их сочетания.

Рисунок 1.7 – Пример объемного товарного знака

Звуковые товарные знаки – это отрывки из разных музыкальных произведений, в основном это короткие звуки или же их сочетание. Это может быть звук океана или шума волн, природы и многое другое.

Такие товарные знаки, при подаче заявления на регистрацию, может быть представлен в графическом виде, но с сопровождением аудиофайла.

На рекламном сленге звуковая товарная марка называется джинглом. Обычно джингл базируется на вокале и имеет длительность от 3 до 20 секунд. В случае рекламного характера джингл может «оглашать» название бренда и слоган.

Рисунок 1.8 – Пример звукового товарного знака

Примерами звуковых товарных знаков являются мелодии мобильных телефонов, позывные радиостанций, радиопрограмм, аудио логотипы, заставки телепередач. Например: «Европа плюс», «Русское радио», «Поле чудес», «Большая разница», «Спокойной ночи, малыши!», «Макдоналдс».

Правообладатель товарного знака может его использовать и запрещать его использование третьим лицам

Отметим, что под «использованием» товарного знака здесь подразумевается лишь использование в гражданском обороте и лишь в

отношении соответствующих товаров и услуг, в отношении которых этот товарный знак зарегистрирован.

Если товарный знак не зарегистрирован, его конечно же можно использовать, но только до тех пор, пока он не нарушает закон.

Все же лучше не рисковать, потому что в любой момент кто-то может зарегистрировать этот товарный знак, и в дальнейшем это третье лицо будет иметь право подать в суд за его использование.

Лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 настоящего Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в пункте 2 настоящей статьи. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак [11].

Исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака:

– на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;

– при выполнении работ, оказании услуг;

– на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;

– в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

– в сети "Интернет", в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Никто не имеет право без разрешения правообладателя использовать его товарный знак или же обозначения сходные с его зарегистрированным товарным знаком для товаров, для индивидуализации которых, этот знак был зарегистрирован. При использовании возникает ситуация смещения.

Законодательство признает исключительное право на товарный знак, если оно удостоверено свидетельством на него. Для того что бы получить свидетельство на товарный знак и получить на него правовую охрану нужно подать заявку в Роспатент. Это можно сделать как самостоятельно, так и через поверенного.

Регистрация товарного знака дает следующие преимущества при его использовании:

Во-первых, свидетельство защищает правообладателя от его незаконного использования [23].

Во-вторых, можно зарабатывать и получать дополнительный доход.

К примеру, передать права на по лицензии или расширить действующий бизнес по франшизе по договору коммерческой концессии.

В-третьих, товарный знак может выступать предметом залога или продажи (по договору отчуждения).

Свидетельство на товарный знак в Российской Федерации выдается сроком на десять лет. В дальнейшем оно может быть продлено еще на десть лет при подаче в регистрируемый орган соответствующего заявления и уплаты государственной пошлины. Следует так же отметить, что, право может быть аннулировано, если товарный знак не использовался в течение трех лет после регистрационной процедуры.

В заключение можно сказать, что исключительные права на товарный знак возникают только после полного прохождения процедуры регистрации в Роспатенте. Использовать незарегистрированный товарный знак можно, однако если возникнет проблема, никакими правами в данном случае вы обладать не будите.

Так же следует отметить, что каждый товарный знак регистрируется в отношении определённого товара или услуги, которые распределены по классам МКТУ. Чем больше классов, тем дороже регистрация и соответственно сам товарный знак.

1.2 Правовое регулирование в сфере охраны и защиты прав на товарные знаки

Правообладатель вправе использовать знак охраны, который помещен рядом с товарным знаком, для того что оповестить других лиц о том, что он владеет исключительным правом на этот товарный знак. Знак охраны из латинской буквы "R" или латинской буквы "R" в окружности <*> либо словесного обозначения "товарный знак" или "зарегистрированный товарный знак" и указывает на то, что применяемое обозначение является товарным знаком, охраняемым на территории Российской Федерации[17].

Рисунок 1.9 – Знак правовой охраны товарного знака

Напомню, что, правовая охрана товарного знака может быть прекращена досрочно в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, вследствие его неиспользования непрерывно в течение трех лет.

Заинтересованное лицо, полагающее, что правообладатель не использует товарный знак в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, направляет ему предложение обратиться в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности с заявлением об отказе от права на товарный знак, либо заключить с заинтересованным лицом договор об отчуждении исключительного права на этот товарный знак.

Предложение заинтересованного лица направляется правообладателю, а также по адресу, указанному в Государственном реестре товарных знаков или в соответствующем реестре, предусмотренном международным договором Российской Федерации.

Предложение может быть направленно не ранее чем по истечении трех лет с момента регистрации товарного знака.

Если же в течение двух месяцев с момента направления предложения правообладатель не подаст заявление об отказе на этот товарный знак, и не заключит договор об отчуждении с заинтересованным лицом исключительного права на товарный знак, то это лицо вправе в течении тридцати дней после окончания двух месяцев вправе обраться в суд с иском, о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования.

Однако новое предложение, заинтересованное лицо может быть направленно не раньше чем, после истечения трехмесячного срока с момента подачи первого предложения[15].

Решение о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования принимается судом в случае неиспользования правообладателем товарного знака в отношении соответствующих товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, в течение трех лет, непосредственно предшествующих дню направления правообладателю предложения заинтересованного лица.

Правовая охрана товарного знака прекращается со дня вступления в законную силу решения суда.

На основании лицензионного договора в соответствии со статьей 1489 настоящего Кодекса, использованием товарного знака признается его использование правообладателем или лицом которому это право предоставлено.

Либо другим лицом, которое осуществляет использование товарного знака под контролем правообладателя при условии, что оно осуществляется в соответствии с пунктом 2 статьи 1484 настоящего Кодекса, за исключением случаев, когда действия не связаны с введением товара в гражданский оборот.

Рисунок 1.10 – Виды ответственности за незаконное использование товарного знака

Бремя доказывания использования товарного знака лежит на правообладателе. При решении вопроса о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования могут быть приняты во внимание представленные правообладателем доказательства того, что товарный знак не использовался по независящим от него обстоятельствам.

Таким образом, прекращение правовой охраны товарного знака означает прекращение исключительного права на этот товарный знак[19].

Так же нарушением исключительного права на товарный знак не является использование этого товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации непосредственно правообладателем или с его согласия.

2 ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ НА ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ПРИ ЭКСПОРТЕ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО “НЕВСКИЙ КОНДИТЕР”

2.1 Общая организационно-экономическая характеристика ООО “Невский кондитер”

Развитие экономики страны в современных условиях сопровождается множеством различных изменений и нововведений. Самыми активными участниками таких преобразований являются отечественные компании, являющиеся крупными производителями продукции и одновременно участниками внешнеэкономической деятельности, непосредственно ведущими торговлю со странами ближнего и дальнего зарубежья.

В настоящий момент в условиях акцентирования особой важности при осуществлении торговых операций на цифровых информационных технологиях, такие компании активно модернизируют свою структуру и деятельность, чтобы не отставать от курса, который диктует мировая экономика, экономика России и Евразийского экономического союза. Ярким представителем таких предприятий, одним из первых, осуществивших переход на новые технологии и активно развивающегося в настоящий период, является Группа компаний «Невский кондитер».

Группа компаний «Невский кондитер» − на сегодняшний день является одним из крупнейших производителей кондитерских изделий в России, а также одним из ведущих экспортеров Пензенской области.

Организации, которые входят в структуру «Невский кондитер» можно представить следующим образом (рисунок 2.1)

Продукция под брендом «Невский кондитер» выпускается на современном высокотехнологичном оборудовании от ведущих европейских и российских поставщиков. Почти все линии автоматизированы и работают без привлечения ручного труда. Поэтому в сезон высокого спроса на кондитерские изделия линии способны работать по 24 часа в сутки.

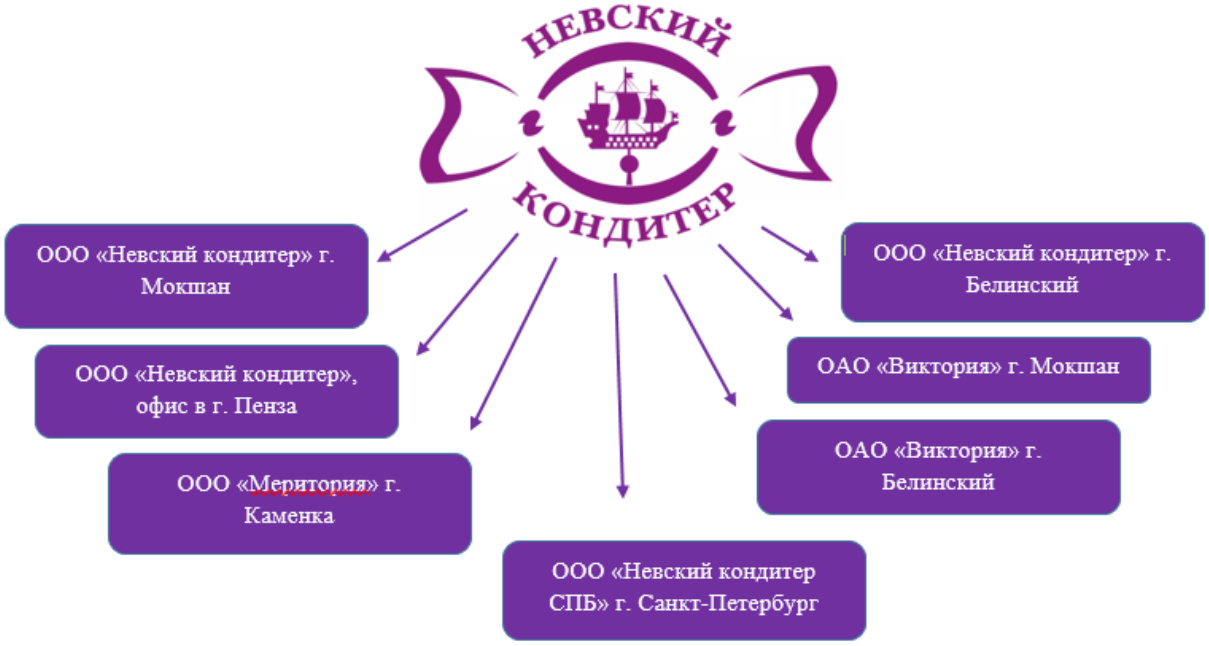


Рисунок 2.1 – Организации, входящие в холдинг «Невский кондитер»

«Невский кондитер» − это две кондитерские фабрики в Пензенской области, на которых работает более 1900 человек. Это 80 складских работников в Пензенской области, обеспечивающих непрерывные отгрузки продукции 7 дней в неделю. Это 70 офисных сотрудников в Санкт-Петербурге, осуществляющих продажи по всей России, а также в страны СНГ, Прибалтики и США. Это территориальные менеджеры, поддерживающие продажи наших дистрибьюторов в 25 российских городах от Санкт-Петербурга до Владивостока. Торговый ассортимент реализуемой продукции кондитерских изделий содержит 500 наименований, в том числе шоколадные конфеты, батончики, шоколадные плитки, леденцовая карамель, мармелад, ирис, бисквитные рулеты.

Организационная структура компании представлена основными функциональными подразделениями, осуществляющими работу по заданному направлению в условиях активного участия компании во внешнеэкономической деятельности.

Финансовый отдел занимается бухгалтерским учетом, расчетом с клиентами и поставщиками, ведением отчетных документов.

Отдел логистики ООО «Невский кондитер» координирует отправку продукции железнодорожным и автомобильным транспортом, а также морским транспортом через морской порт Санкт-Петербурга.

Отдел продаж осуществляет поиск новых клиентов, согласование предварительных заявок на поставку, которые передает в отдел ВЭД, а также занимается всеми текущими вопросами обслуживания клиентов. Данный отдел вместе с отделом ВЭД компании выполняет ключевые функции, которые направлены на максимизацию прибыли компании.

Отдел ВЭД осуществляет непосредственное взаимодействие с таможенными органами при отправке продукции товарной марки «Невский Кондитер» за рубеж.

Внешнеэкономическая деятельность компании включает в себя производственно-хозяйственную, организационно-экономическую и оперативно-коммерческую составляющие, которые направлены на достижение эффективности внешнеторговых сделок.

В состав производственно-хозяйственной составляющей внешнеэкономической деятельности входят разработка экспортной стратегии предприятия, установление внутрихозяйственных связей с партнерами, обеспечение производства экспортной продукции.

Организационно-экономическая деятельность предприятия связана с комплексом подготовительных работ по выходу на внешний рынок сбыта, организацией планируемой поставки и экономическим обоснованием эффективности предстоящих внешнеторговых сделок. Она включает в себя следующие организационные процедуры:

а) ознакомление с законодательно-нормативными актами;

б) оформление сертификатов на вывозимую продукцию (сертификата происхождения, сертификата качества, фитосанитарного сертификата и др.);

в) поиск и анализ необходимой информации для обоснования расчета экспортной цены;

г) оценка круга потенциальных партнеров, выбор контрагента и проведение переговоров;

д) выбор уполномоченного банка для оформления паспорта сделки, для обеспечения внешнеторговых расчетов и уплаты таможенных платежей;

е) подготовка проекта контракта купли-продажи.

Завершающей стадией процесса выхода на внешний рынок является подписание внешнеторгового контракта.

Оперативно-коммерческие мероприятия связаны с определением и согласованием важнейших условий внешнеторговой сделки (коммерческих, валютно-финансовых, транспортных, правовых), а также последующим контролем за исполнением контрагентом обязательств, зафиксированных в контракте.

К числу оперативных функций помимо этого относится взаимодействие с банками при различных формах международных расчетов, по вопросам страхования рисков и предоставления банковских гарантий. В группу оперативно-коммерческих мероприятий входят вопросы транспортного обеспечения поставки продукции и экспедиционно-складских подготовительных работ по упаковке и маркировке товаров, страхованию коммерческих и транспортных рисков.

В структуру холдинга «Невский кондитер» входят две кондитерские фабрики:

− Общество с ограниченной ответственностью «Невский кондитер», производственные цеха которого расположены в п. Мокшан Пензенской области;

− Общество с ограниченной ответственностью «Невский кондитер Белинский», производственные мощности которого находятся в г. Белинский Пензенской области.

Готовая продукция поступает на склад ООО «Мериториа» по адресу: Пензенская обл., г. Каменка, ул. Белинская, 28, откуда осуществляется его отгрузка автомобильным и железнодорожным транспортом.

В связи с большой популярностью товарного знака «Невский кондитер» возникла необходимость его правовой охраны. Общество с ограниченной ответственностью «Невский кондитер СПб» является правообладателем товарного знака «Невский Кондитер», зарегистрированного в Роспатенте. В настоящее время ГК «Невский Кондитер» зарегистрировано 94 товарных знака в 30 классе МКТУ, это названия кондитерских изделий, выпускаемых предприятиями, а также графические объекты, идентифицирующие фантики.

В настоящее время «Невский кондитер» имеет 80 действующих внешнеторговых контрактов с такими странами как Украина (ЛНР, ДНР), Туркмения, Таджикистан, Узбекистан, Азербайджан, Молдова, Грузия, Абхазия, Литва, Латвия, Германия, Монголия, Китай, Вьетнам, Иран, Ирак, Пакистан, США, Израиль, Греция, Палестина (рисунок 2.2).

Рисунок 2.2 – География продаж «Невский кондитер»

За 2020 год «Невским кондитером» было произведено 960 отгрузок кондитерской продукции. Из них в страны ЕАЭС (Беларусь, Казахстан, Армения, Киргизия): 472 отгрузки.

За прошедший год ООО «Невский кондитер» экспортировал кондитерскую продукцию, в зависимости от валюты контракта на сумму 588 844,57 Евро; 3 525 205,38 долларов США; 1 097 316 025,43 рублей (рисунок 2.3).

958	29.12.2020	Реализация (акты, накладные, УПД)	ВЭД0000958	1 498 618,28	руб.	Висфонс ООО	Проведен
959	29.12.2020	Реализация (акты, накладные, УПД)	ВЭД0000959	1 815 725,90	руб.	Сибирь Трейд	Проведен
960	30.12.2020	Реализация (акты, накладные, УПД) инвойс от 29.12.20	ВЭД0000960	25 668,90	USD 73,6567	ЧДММ "ТИЧОРАТИ МУОСИР"	Проведен
Итого				588 844,57 3 525 205,38 1 097 316 025,43	EUR USD руб.		

Рисунок 2.3 – Годовой реестр отгрузок ООО «Невский кондитер» за 2020 год

Преобладают организации из таких стран, как Казахстан, Узбекистан, Азербайджан, Литва, Молдова, Китай

Таким образом, в настоящее время ООО «Невский кондитер» демонстрирует высокие показатели развития внешней взаимной торговли. Высокая конкурентоспособность продукции предприятия позволяет постоянно расширять рынки сбыта, распространяя сферу интересов на новые страны и регионы.

Каждый год увеличивается доля присутствия продукции ООО «Невский кондитер» на российском и международном рынках. Это происходит, благодаря отлаженной работе высококвалифицированных специалистов компании с дистрибьюторами, поддержки продаж с помощью маркетинговых и трейд-акций, печатной рекламной продукции, с помощью фирменного торгового оборудования.

2.2 Характеристика товарных знаков ООО “Невский кондитер” и особенности их использования

В ООО “Невский кондитер” есть свои товарные знаки, которые он использует для экспорта своей продукции. В основном это изобразительные и словесные товарные знаки, однако, так же преобладают как комбинированные, так и объемные.

ИЗОБРАЖЕНИЕ	СЛОВЕСНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ	№ СВИДЕТЕЛЬСТВА	ВЛАДЕЛЕЦ
ДУНЬКИНА РАДОСТЬ	ДУНЬКИНА РАДОСТЬ	207926	Акционерное общество "Кристина", 442250, Пензенская обл., г. Белинский, ул. Ленина, д. 84 (RU)
ЯГОДНАЯ ПОЛЯНА	ЯГОДНАЯ ПОЛЯНА	210269	Акционерное общество "Кристина", 442250, Пензенская обл., г. Белинский, ул. Ленина, д. 84 (RU)
Луговая МУ	ЛУГОВАЯ МУ	211377	Акционерное общество "Кристина", 442250, Пензенская обл., г. Белинский, ул. Ленина, д. 84 (RU)
Мон ами	МОН АМИ	218305	Акционерное общество "Кристина", 442250, Пензенская обл., г. Белинский, ул. Ленина, д. 84 (RU)

Рисунок 2.4 – Пример словесных товарных знаков, которые использует ООО «Невский кондитер»

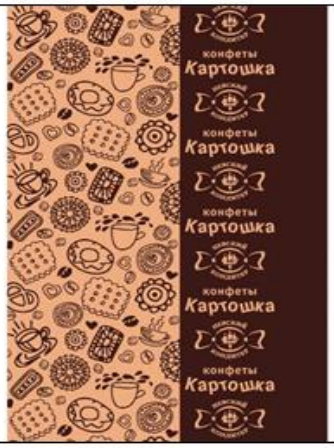
	СИЯНА	647318	Общество с ограниченной ответственностью "Невский кондитер", 440000, Пензенская обл., г.Пенза, ул.Каляева, д.7, помещение 19
	КОНФЕТЫ КАРТОШКА	648938	Общество с ограниченной ответственностью "Невский кондитер", 440000, Пензенская обл., г.Пенза, ул.Каляева, д.7, помещение 19
	ФИОЛЕНТА	648940	Общество с ограниченной ответственностью "Невский кондитер", 440000, Пензенская обл., г.Пенза, ул.Каляева, д.7, помещение 19

Рисунок 2.5 – Пример комбинированных товарных знаков ООО «Невский кондитер»

Всего предприятие использует триста три товарных знака. Из них комбинированных - 58, словесных - 181, изобразительных - 58, объемных всего 6 знаков. Однако стоит заметить что, в основном все изобразительные знаки имеют текстовое сопровождение. Поэтому мы смело можем отнести их к комбинированному виду.

Структуру товарных знаков ООО «Невский кондитер» мы можем посмотреть, обратившись к рисунку 2.6.

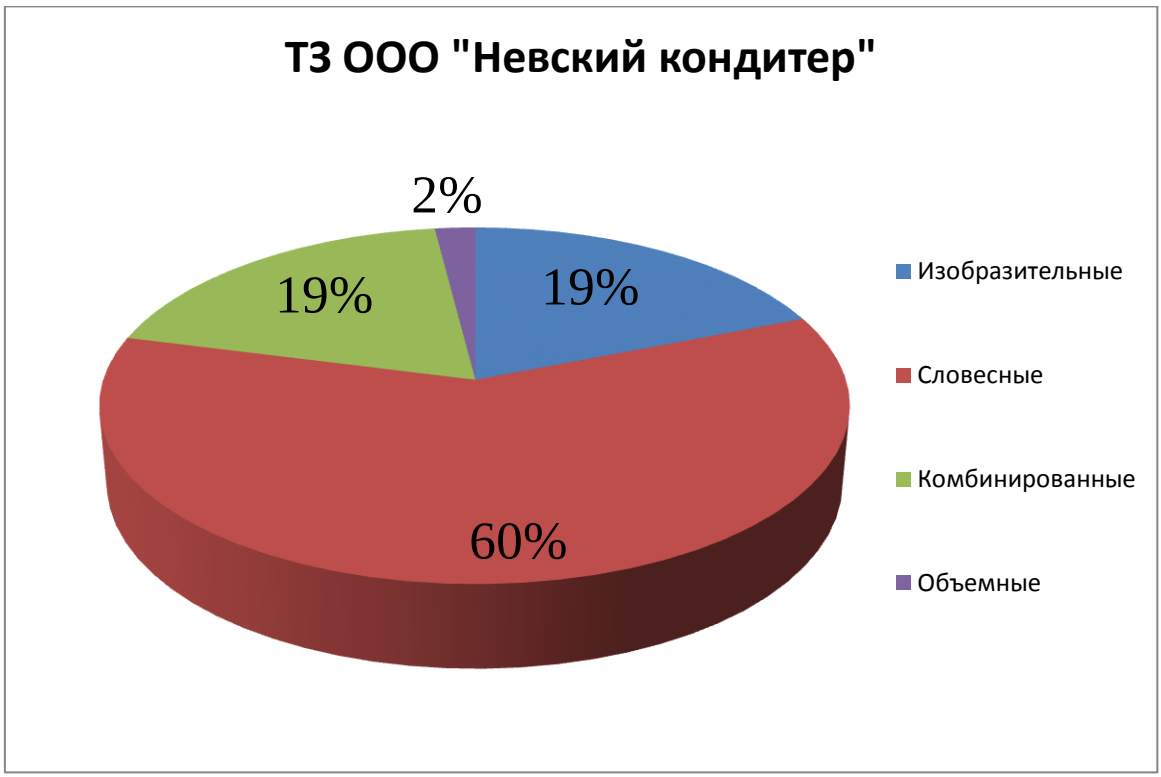


Рисунок 2.6 – Структура товарных знаков ООО “ Невский Кондитер”

Как мы видим на рисунке 2.6. В основном на предприятии большую часть составляют словесные товарные знаки 60%; изобразительные и комбинированные по 19%; объемные составляют всего 2%.

Все эти товарные знаки зарегистрированы и имеют правовую охрану. У каждого есть свой собственный правообладатель, номер свидетельства и соответственно дата регистрации этого товарного знака, и дата окончания регистрации.

Как мы знаем для того чтобы зарегистрировать товарный знак, необходимо пройти соответствующую процедуру регистрации в Роспатенте. Алгоритм регистрации товарного знака представлен на рисунке 2.7.

Рисунок 2.7 – Алгоритм регистрации товарного знака

Теперь более подробно рассмотрим этот алгоритм. Первое что мы должны сделать для того чтобы зарегистрировать свой товарный знак это подготовить соответствующие документы. К этим документам относиться:

- заявление о государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака
- заявляемое обозначение (фото товарного знака)
- документ, где написан перечень товаров или услуг, в отношении которых регистрируется товарный знак
- Описание обозначения (описание товарного знака)

Далее мы оплачиваем пошлину за экспертизу товарного знака, как формальную, так и по существу. Формальная экспертиза проверяет наличие основных документов для регистрации.

В процессе экспертизы товарного знака, по существу, идет проверка соответствия товарного знака в качестве обозначения требованиям законодательству Российской Федерации.

После проверки всех документов они подаются в Роспатент. Можно подать документы в электронном виде в ФИПС – Федеральный институт промышленной собственности, через Единый портал государственных услуг (ЕПГУ). Ну, или же подать документы не в электронном виде.

Потом мы оплачиваем пошлину за регистрацию товарного знака. В Роспатенте она составляет 16000 рублей плюс 1000 рублей идет за каждый класс МКТУ.

Ну и, конечно же, после выполнения всех этих процедур регистрации мы получаем свидетельство на товарный знак.

Следует отметить, что для получения таможенной защиты на объект интеллектуальной собственности, другими словами внести товарный знак в единый реестр объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС), нужно, что бы он обязательно был зарегистрирован. Государственная пошлина за это внесение не берется, однако нужно заплатить за страховку на случай причинения вреда другим лицам. Товарный знак включается в реестр на 3 года, однако этот срок можно постоянно продлевать.

Заявление, которое подается в таможенный реестр, рассматривается в течение трех месяцев. Следует отметить, что человек, который проверяет это заявление, имеет право потребовать от вас какую либо дополнительную информацию и дает на ответ пять рабочих дней. Если же никакого ответа не было получено или же получено, но с опозданием, то таможенная служба имеет полное право отказать вам во включении товарного знака в реестр.

Возможно, вы попадете в такую ситуацию, при которой из-за ваших же ошибок при внесении товарного знака в единый реестр объектов интеллектуальной собственности, при следующем обращении таможенная служба может сразу отказать вам.

Ниже будет представлен алгоритм внесения товарных знаков ООО “Невский кондитер” в ТРОИС.

Рисунок 2.8 – Алгоритм внесения товарного знака ООО «Невский кондитер» В ТРОИС

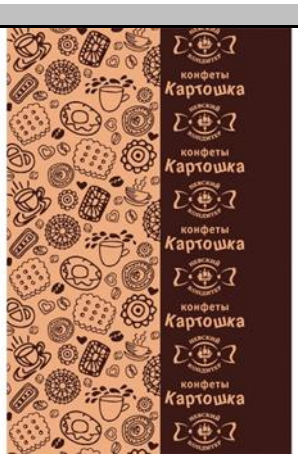
Если посмотреть на рисунок, то мы увидим, что для лого что бы внести отварный знак в реестр ТРОИС, невский кондитер для начала собирает все необходимые для этого документы. Затем эти документы проверяются на достоверность, если же никаких вопросов с ними не возникает, таможенный орган подготавливает решение о внесении товарного знака в ТРОИС и соответственно, следующим заключительным этапом буде включение его в реестр. Если же при подаче документов таможенный орган выявил какие-либо недостающие или неправильно оформленные документы, он уведомляет об этом заявителя и дает время на предоставление этих документов. Однако если заявитель их не предоставил, таможенный орган дает отказ о предоставлении услуги по включению вашего товарного знака в ТРОИС.

Основные товарные знаки, используемые в товарах которые идут на экспорт, приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные товарные знаки, используемые в товарах на экспорт

№ Свидетельства	Изображение	Словесные элементы	Владелец
1	2	3	4
218305	Мон ами	МОН АМИ	Акционерное общество "Кристина"
320185	Рома+Машка	РОМА+МАШКА	Акционерное общество "Кристина"
690142		Темная ночь	Агнивин Владимир Александрович,196601, Санкт-Петербург
325377	ИСПАНСКАЯ НОЧЬ	Испанская ночь	Акционерное общество "Кристина"
507342		Сливочная Му	Акционерное общество "Кристина"

Продолжение таблицы 1.

1	2	3	4
529893	ПАРКУР	Паркур	Акционерное общество "Кристина"
611059	КОФЕЙНЫЙ РАЙ	Кофейный рай	Открытое акционерное общество "Виктория"
635048	АТТАШЕ	Атташе	Маликов Сергей Васильевич, 197349, Санкт-Петербург,
648938		Картошка	ООО "Невский кондитер"
783999	Mini Bini	**MINI BINI**	Маликов Сергей Васильевич, 197349, Санкт-Петербург
442729	Петровский форт	Петровский форт	Акционерное общество "КРИСТИНА"

Однако, из всех тех товарных знаков, под которыми зарегистрированы определенные товары, есть товары, товарным знаком которым владеет собственно само предприятие ООО “Невский кондитер”.

Парижские тайны; Невский кондитер; Потому что хочется сладкого; Сияна; Картошка; Фиолента. Они показаны на рисунке 2.8.

Рисунок 2.8 – Товарные знаки ООО “Невский кондитер”

Как я уже упоминал выше, всего предприятие имеет триста три товарных знаков, под которыми они осуществляют экспорт товаров. Однако стоит отметить, что из такого большого количества экспортируются далеко не все.

Основная доля экспорта, а это почти 65-60% приходиться на товары: Картошка; Темная ночь; Атташе; Сливочная му; Испанская ночь; Монами; Кофейный рай; Цитрон; Минибини; Рома + Машка; Ковбой Джонни; Паркур; Петровский форт. Остальные же товары, под которыми зарегистрированы другие товарные знаки, составляют всего лишь 30% от общего экспорта.

Стоит также упомянуть что, у каждого товарного знака, который использует предприятие, в данном случает ООО “Невский кондитер”, есть свой собственный номер свидетельства и правообладатель.

2.3 Проблемы защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте продукции ООО «Невский кондитер»

Кондитерские изделия очень разнообразны. Для того чтобы на витринах кондитерского магазина не происходило смешения конфет, мармелада, зефира, пастилок, помадок, жевательных резинок, печенья, пряников, шоколада и прочих сладостей различных производителей целесообразно каждый вид кондитерского изделия маркировать соответствующим товарным знаком.

Товарный знак в отношении кондитерской продукции позволит индивидуализировать сладости, а потребители – сладкоежки станут выделять и отличать товар вашего производства от иной продукции.

Многочисленные кондитерские товары перечислены в 30 классе МКТУ, которые предстоит указать при подготовке и подаче заявки в Роспатент.

Сюда можно отнести, в частности: – напитки на основе кофе, какао или шоколада или чая; – зерновые продукты, готовые к употреблению (например, овсяные хлопья или хлопья других злаков).

К классу не относятся, в частности:

– некоторые растительные пищевые продукты

– соль для консервирования (за исключением предназначенной для приготовления пищи) (кл. 01);

– лекарственные настои и диетическое питание и вещества для медицинских целей (кл. 05);

– детское питание (кл. 05);

– пищевые добавки (кл. 05); – неочищенные злаки (кл. 31); – корма для животных (кл. 31).

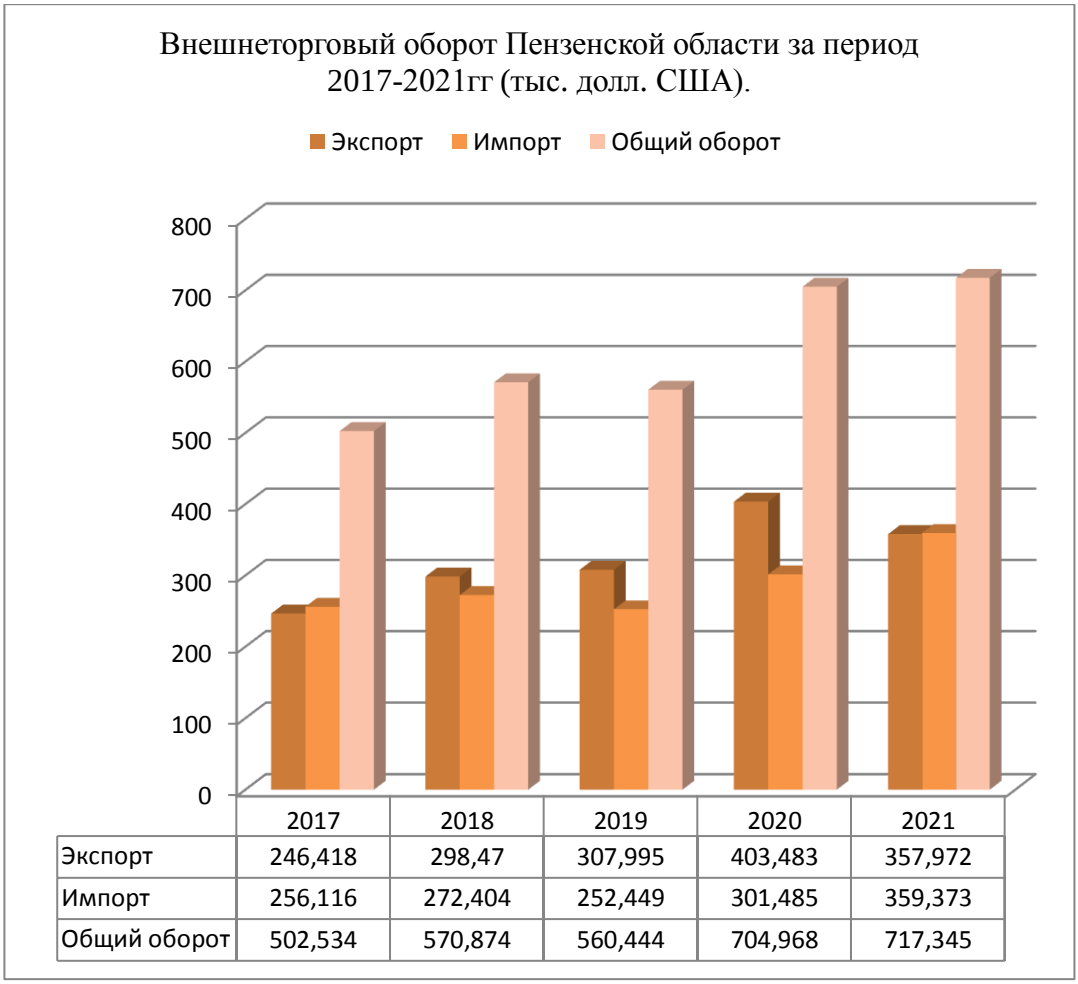
Таблица 2 – 30 класс МКТУ (Международная классификация товаров и услуг)

Международная классификация товаров и услуг 30 Класс	
Код товара	Наименование
300020	Конфеты
300032	Карамели
300138	Изделия кондитерские на основе миндаля
300139	Изделия кондитерские на основе арахиса
300022	Вафли
300226	Изделия из сладостей для украшения тортов
300071	Пудра для кондитерских изделий
300266	Зефир

В Пензенской области можно встретить большое количество кондитерских фабрик с огромным ассортиментом товаров.

В настоящее время сладости занимают четвертое место в списке, продовольственных товаров, который экспортируется из России, впереди только зерно, рыба и масложировые изделия.

Главная особенность развития экспорта в Пензенской области – большое количество экспортеров в сфере кондитерского производства. На территории региона расположены крупные кластеры: «Союз пензенских кондитеров», 40 кондитерских предприятий такие как; кондитерская фабрика «Мирослада»; Компания «Ванюшкины Сладости»; кондитерская фабрика «Руспродукт»; Ферма «Родное Угодье» и другие.



	2017	2018	2019	2020	2021
Экспорт	246,418	298,47	307,995	403,483	357,972
Импорт	256,116	272,404	252,449	301,485	359,373
Общий оборот	502,534	570,874	560,444	704,968	717,345

Рисунок 2.4 – Внешнеторговый оборот Пензенской области за период 2017-2021гг.

Как мы видим из рисунка 2.4, экспорт с каждым годом увеличивался, начиная с 2017 и до 2020 года, в 2021 он незначительно снизился. У импорта аналогичная ситуация, только незначительный спад произошел в 2019 году. Но все же, несмотря на все небольшие проблемы, общий внешнеторговый оборот постоянно рос. Значительное увеличение произошло в 2020 году.

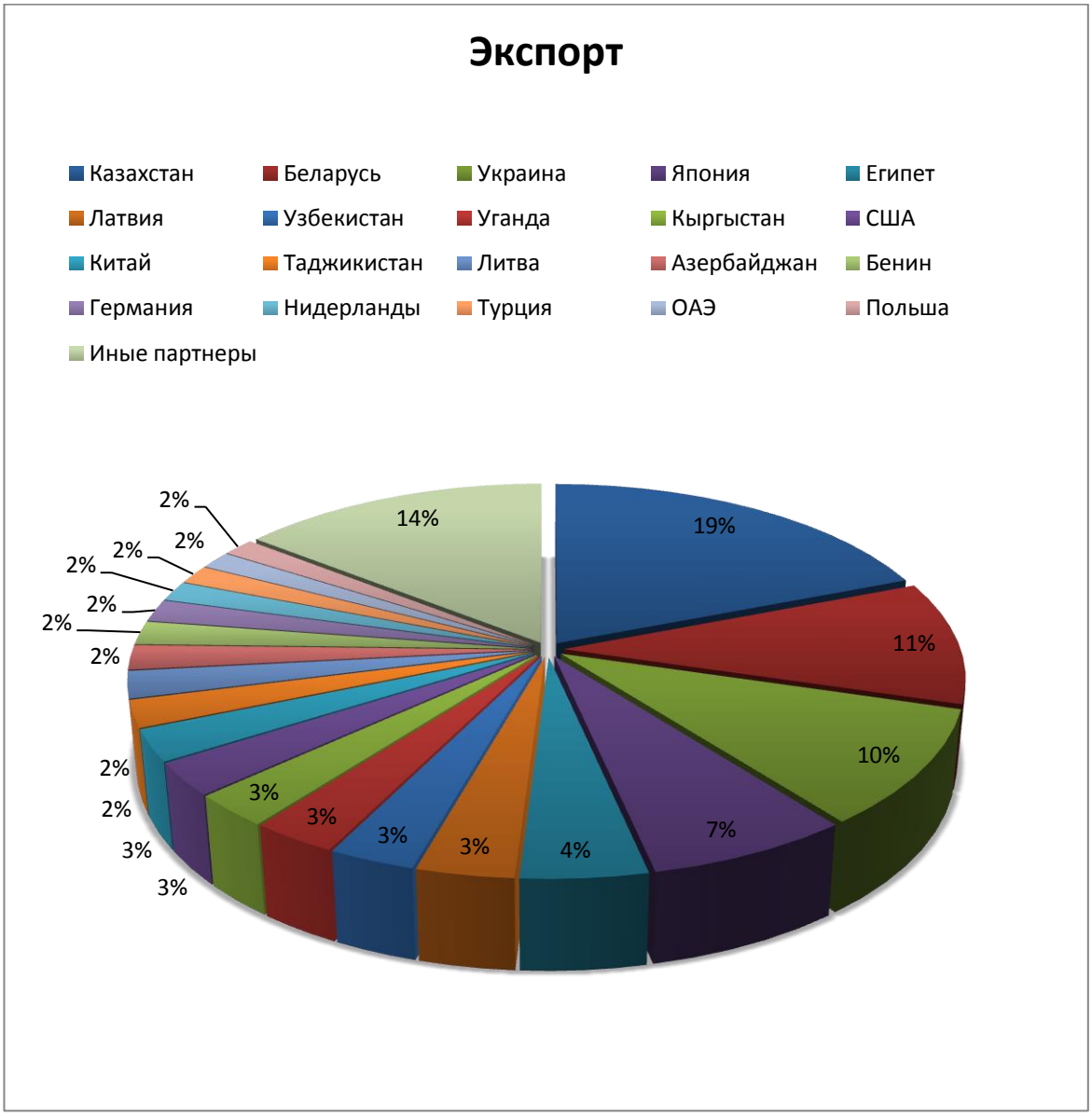


Рисунок 2.5 – Торговые партнеры при экспорте %

Крупнейшие торговые партнеры при экспорте: Казахстан (19,1% от общего объема экспорта); Беларусь (10,5%); Украина (9,9%); Япония (7,1%); Египет (4,4%); Латвия (3,4%); Узбекистан (3,0%); Уганда (3,0%); Кыргызстан (2,8%); Соединенные Штаты (2,8%); Китай (2,7%); Таджикистан (2,3%); Литва (2,3%); Азербайджан (2,1%); Бенин (2,0%); Германия (1,9%); Нидерланды (1,7%); Турция (1,6%); Объединённые Арабские Эмираты (1,5%); Польша (1,5%

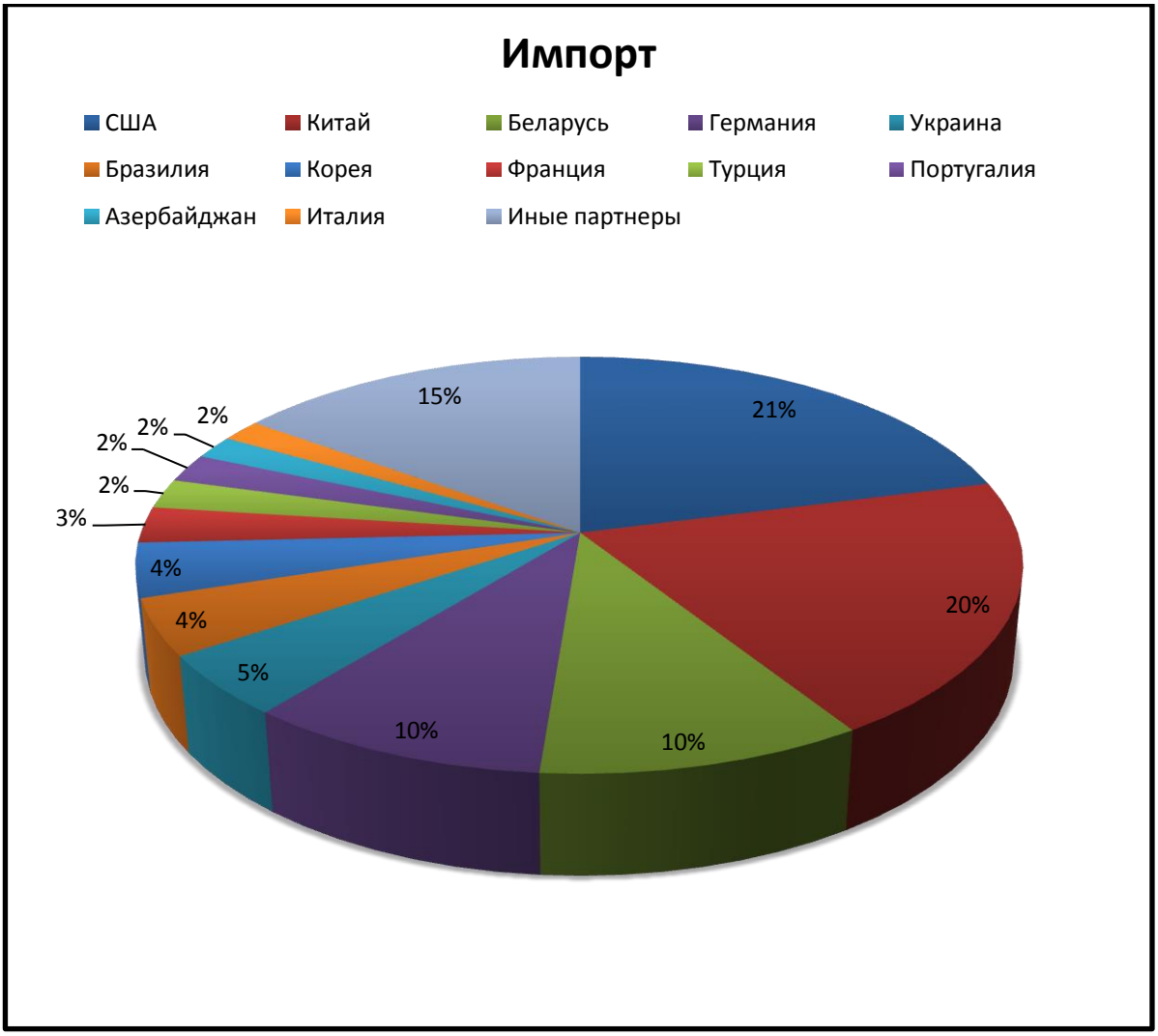


Рисунок 2.6 – Торговые партнеры при импорте %

при импорте: Соединенные Штаты (21,0% от общего объема импорта); Китай (20,1%); Беларусь (10,3%); Германия (9,6%); Украина (4,8%); Бразилия (4,4%); Корея, Республика (4,2%); Франция (2,8%); Турция (2,3%); Португалия (2,2%); Азербайджан (1,8%); Италия (1,7%).

Основными торговыми партнерами были страны дальнего зарубежья. Их доля в товарообороте составила 65,0%, в том числе в экспорте – 48,1%, в импорте – 81,9%.

Проблема экспорта кондитерской продукции не обошла и стороной ООО “Невский кондитер”.

Как мы знаем, внешний вид товара очень хорошо влияет на восприятие вкуса потребителя. Это хорошо известно всем производителям не только данной продукции, но и всех продовольственных товаров. Именно по внешнему виду продукта потребитель оценивает товар. Упаковка, форма, цвет, размер (к примеру, определенных конфет) – все это делает товар уникальным и привлекательным.

Но все же удачный дизайн товара может привлечь не только потребителей, но и конкурентов. Недобросовестные конкуренты могут попытаться использовать узнаваемый дизайн в своих целях. Чаще всего играют на схожести – меняют оттенки цвета или изгиб линий, но сохраняют общее впечатление.

Авторское право, которое возникнет у вас по факту создания вашего тортика или фигурной шоколадки, не всегда поможет вам обязать конкурента перестать использовать похожие изделия.

На примере ситуации, которая произошла с ООО “ Невский Кондитер” мы постараемся более углубленно понять и разобраться в ней.

Производитель кондитерский изделий ООО “ Невский Кондитер” выпустил на рынок конфеты “25 кадр”. Эта новинка была очень схожа на известные батончики “35” от фабрики “Эссен Продакшн АГ” не только названием, но и упаковкой и внешним видом самой конфеты. Это наглядно можно заметить на рисунке 2.5.

Рисунок 2.5 – Схожесть конфет «25кадр» и батончиков «35»

В данном случае ООО “ Невский кондитер” не учел то, что внешний вид конфет “35” защищен патентом на промышленный образец RU №92029 (кондитерское изделие, 5 вариантов).

По решению суда, компании "Невский кондитер" пришлось выплатить компенсацию за нарушение интеллектуальных прав на промышленный образец, а также уничтожить саму продукцию и упаковку за свой счет (дело №А65-1164/2018). Как мы знаем, ссылаясь на ГК РФ Статью 1406.1, в случае нарушения такого типа выплачивается компенсация в размере от десяти тысяч рублей вплоть до пяти миллионов рублей, определяемой по усмотрению суда исходя, конечно же, из характера нарушения.

Внешний вид изделия, оригинальная форма, упаковка – все это можно защитить как промышленный образец. Особенно актуально для защиты прав

на изделия легкой промышленности, упаковки, кондитерских изделий, мебель, элементы интерфейса веб-сайтов или приложения. Например, если вы создаете дизайнерские сумки или выпускаете конфеты оригинальной формы, то вы можете защитить их с помощью патента на промобразец.

Патент на промышленный образец охраняет решение внешнего вида изделия промышленного образца или кустарно-ремесленного производства (п.1ст.1352 ГК РФ). Один патент может защищать сразу несколько вариантов дизайна – например, в нескольких цветовых решениях.

Когда вы владеете патентом то вы вправе:

– запрещать использовать ваши разработки третьим лицам
– в случае нарушения можно потребовать компенсацию в размере до 5 миллионов рублей

Из всего этого можно сделать небольшой вывод, что никто не застрахован от появления клонов или подражателей. Однако, имея патент на промышленный образец, вы сможете обратиться в суд и запретить недобросовестным конкурентам использовать ваш оригинальный дизайн.

Оформить права на внешний вид можно в любое время, но лучше всего это сделать заранее еще до начала выпуска продукции.

Самое главное и важное, что патент на промобразец будет защищать только внешний вид вашего изделия. Для защиты вашего бренда от использования конкурентами, необходимо зарегистрировать его в Роспатенте как товарный знак.

Проблема экспорта кондитерской продукции в Пензенской области на данный момент остается наиболее актуальной, так как продукция кондитерского кластера в основном пользуется популярностью в зарубежных странах.

Отсюда можно выделить несколько проблем экспорта кондитерской продукции:

– незаконное использование чужого товарного знака. Из-за большого многообразия наименований экспортной кондитерской продукции приходится сталкиваться с такой проблемой

– подстраивание под нетрадиционные вкусы потребителей при выходе на внешний рынок

– отсутствие и недостаток квалифицированных кадров в организации

– старые технологии

– пандемия

Эпидемия коронавируса поставила развитие любого бизнеса в очень сложное положение. Он никого не обошел стороной, в том числе и производителей кондитерских изделий. Однако они сумели приспособиться к этой среде и результатом этого стало повышение экспорта продукции. Следует отметить, что немногие предприятия сумели пережить данную эпидемию в экономическом плане.

Таким образом, важно выделить следующие возникающие проблемы экспорта кондитерских изделий Пензенской области: это проблема незаконного использования чужого товарного знака; пензенские производители должны подстраиваться под нетрадиционные вкусы потребителей; отсутствие квалифицированных кадров; использование устаревших; пандемия поставила бизнес в жесткие условия

3 ОПТИМИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ЗАЩИТЫ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ НА ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ПРИ ЭКСПОРТЕ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Интеллектуальный потенциал производственных предприятий Пензенской области

Кондитерская промышленность в современных условиях является очень высокорентабельной отраслью, к которой очень часто инвесторы как зарубежные, так и отечественные проявляют некий интерес. Такой рост производства был, достигнут, благодаря внедрению новых технологий производства либо же модернизации старых, внедрение и строительство каких либо новый предприятий. Все это позволило повысить качество продукции и соответственно повысить конкурентоспособность предприятий. Это так же относиться и к ООО “Невский кондитер”, о котором соответственно в дальнейшем мы более подробно поговорим.

Абсолютно каждое предприятие или компания, которая умеет правильно распоряжаться своими ресурсами, в том числе интеллектуальными, может без всяких проблем достичь максимального результата.

Говоря об интеллектуальном потенциале, предприятия можно сказать, что, он в какой-то мере похож на экономическую систему, которая отражает связь с его элементами. Это персонал, интеллектуальная собственность или же рыночные активы. Все это происходит во время реализации, изготовления или же потребления продукта.

Структуру интеллектуального потенциала предприятия мы можем увидеть на рисунке 3.1.

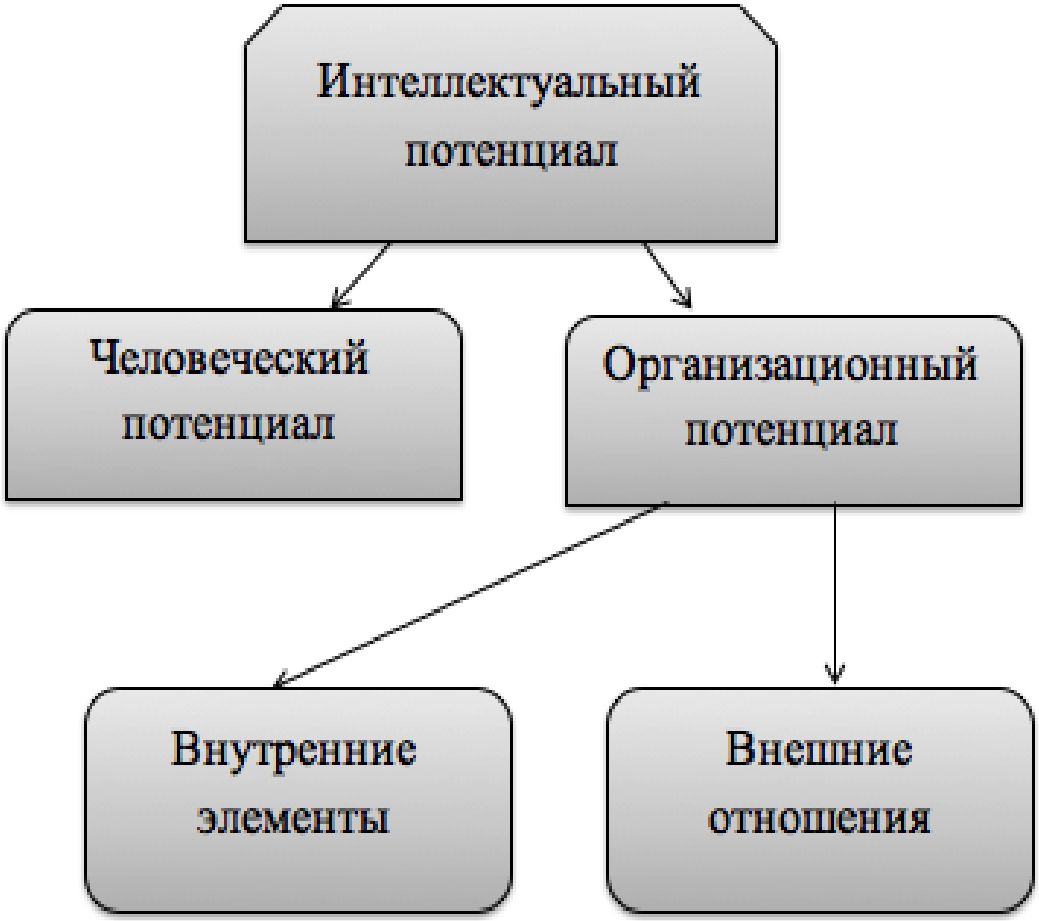


Рисунок 3.1 – Структура интеллектуального потенциала предприятия

Интеллектуальный потенциал очень тесно связан с человеческими ресурсами предприятия и его деятельностью. Эта особенность заключается во взаимодействии персонала между собой, людей и информационных ресурсов в процессе производства.

Теперь рассмотрим саму структуру интеллектуального потенциала. Как мы видим на рисунке 3.1, его можно разделить на человеческий и организационный потенциалы.

Человеческий потенциал это один из элементов интеллектуального потенциала где, грубо говоря, рассматриваются отношение к людям.

К этому можно отнести, какие либо практические навыки персонала, творческие способности, знания или моральные ценности.

Организационный потенциал можно разделить на внешние и внутренние элементы. Внешние элементы это отношения с поставщиками, потребителями, конкурентами и местными сообществами. К внутренним же элементам можно отнести культуру организации, ее структуру, административные элементы, а так же системы сетевого взаимодействия.

Вообще интеллектуальный потенциал это абсолютно все ресурсы компании, которые преследуют цель получения максимальной прибыли и положительного экономического эффекта. Однако то, что было показано на рисунке 3.1 это считается не полной структурой интеллектуального потенциала предприятия. Более подробная информация изображена на рисунке 3.2.

Рисунок 3.2 – Полная структура интеллектуального потенциала предприятия

Если же говорить об интеллектуальном потенциале предприятий, то Пензенскую область здесь тоже стоит упомянуть. Совсем недавно здесь был создан станкостроительный кластер, в который вошли тринадцать пензенских предприятий, среди которых два вуза, региональные институты и специальные учебные заведения.

Участники кластера имеют возможность воспользоваться помощью государства. Это позволяет производственным предприятиям быть конкурентоспособными как на внутреннем, так и на внешним рынках. Пензенская область вскоре станет одним из самых первых регионов, который будет выпускать современное оборудование.

Основная задача создания кластера заключается в выпуске и использовании интеллектуального потенциала всех предприятий, которые расположены в Пензенской области. Он стал седьмым в регионе, где успешно используют меры региональной поддержки, кондитерской, мебельной, деревообрабатывающей и приборостроительных кластеров. Как я уже упоминал выше, все эти предприятия получили государственную поддержку. Большая часть средств пошло на приобретение нового оборудования для производства. Было выдано почти 450 миллионов рублей, а общий бюджет проектов составил 1,5 миллиарда рублей. Из-за сложившихся благоприятных условий взаимодействия бизнеса и власти, кластер был создан в самые кротчайшие сроки.

Следующим этапом планируется зарегистрировать кластер в минпромторге России (Министерство промышленности и торговли Российской Федерации), для того что бы присвоить ему официальный статус.

Так же стоит упомянуть, что на территории Пензы находиться кондитерский кластер, «союз Пензенских кондитеров». Он объединяет всех производителей кондитерской продукции в регионе, которые выпускают продукцию хорошего качества и из натуральных ингредиентов. Однако этот кластер был создан не просто так.

Его основной целью было объединение всех производителей кондитерский изделий, включая малые и средние предприятия. Была создана единая структура под одним брендом. Это было сделано для того, чтобы повысить качество продукции, рентабельность и конкурентоспособность предприятий, которые вошли в состав кластера, повысить интеллектуальный потенциал и модернизировать производство.

В состав кластера входит 22 кондитерские фабрики, в том числе, одно образовательное учреждение и один производитель кондитерского оборудования.

Таблица 3 – Лидеры кондитерского рынка Пензенской области

Предприятие	Доля рынка, %	Производство
АО “Пензенская кондитерская фабрика”	32,2	Сахаристая продукция (40%) Мучная продукция (60%)
АО АПО “Пензахлебопродукт”	12	Сахаристая продукция (20%) Мучная продукция (80%)
Кондитерское предприятие “Милокон”	9	Сахаристая продукция (25%) Мучная продукция (75%)
Кондитерский комбинат “Агеевский”	8	Сахаристая продукция (20%) Мучная продукция (80%)
ООО Невский кондитер	34	Сахаристая продукция (60%) Мучная продукция (40%)
Иные экспортеры	4,8	Сахаристая продукция (35%) Мучная продукция (65%)

Из упоминаний выше можно сказать, что создание кластеров на территории региона способствовало появлению нового экономического развития. Самым сильным и перспективным кластером является кондитерский кластер Пензенской области. Основной целью являлось повышение интеллектуального потенциала предприятий входящих в состав этого кластера путем развития системы для подготовки и повышения квалификации работников, развитие производственного потенциала, улучшение инфраструктуры и организационное развитие. В Пензенской области производят почти все виды кондитерской продукции.

3.2 Совершенствование защиты исключительных прав на товарные знаки при экспорте продукции предприятиями региона

Начнем с того, что очень долго было проблемой включить в реестр объектов интеллектуальной, имеющих в странах ЕАЭС разных правообладателей. В основном это относиться к товарным знакам. Теперь же Таможенный кодекс дает возможность предоставить несколько интересов правообладателей при включении объекта в ЕТРОИС (Единый таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности). Как мы знаем, товарный знак, является интеллектуальной собственностью какого либо предприятия.

Зарегистрированный товарный знак имеет специальную предупредительную маркировку (ст.1485 ГК РФ), который обозначает исключительное право на него.

Существует гражданско-правовая и административно-правовая защита товарных знаков. Гражданско-правовая защита на нарушение исключительных прав на товарный знак предусматривает компенсацию в размере от десяти до пяти миллионов рублей, либо в двойном размере стоимости товаров. Административная ответственность за незаконное использование или нанесения на свою продукцию чужого товарного знака предусматривает административный штраф, или же конфискация продукции. В основном к этому виду ответственности прибегают только в таких делах, где замечена недобросовестная конкуренция с использованием торговых марок.

Таким образом, основные нарушения прав на товарный знак это:

- выпуск и реализация товаров под товарным знаком без разрешения на его использование от правообладателя, или же без заключения лицензионного договора
- введение в оборот товарного знака или знака обслуживания при оказании услуг без согласия правообладателя

– незаконное размещение логотипа, коммерческого обозначения или знака обслуживания на упаковке продукта

Если же все таки произошла такая ситуация при которой были нарушены исключительные права на ваш товарный знак, но ситуации при которой было совершенно это нарушение бывают разные и для этого стоит проходить определенные этапы защиты товарного знака.

Рисунок 3.3 – Этапы защиты товарного знака

Сначала проводиться экспертиза товарного знака, которая продолжается десять дней, где проверяют обозначения с вашим товарным знаком на предмет сходства.

При защите товарного знака может произойти ситуация, при которой лучшим решением будет прекратить правовую охрану этого товарного знака, или же аннулировать заявки схожие до степени смешивания, которые были

поданы третьими лицами или же конкурентами. Аннулирование проводиться от 2 до 3 месяцев.

В ходе досудебного урегулирования могут быть предложены меры для урегулирования ситуации. В основном на данном этапе обговаривают сумму возмещения ущерба до пяти миллионов рублей.

На этапе представления интересов в суде защищается сам товарный знак, в арбитражных судах, судах общей юрисдикции и СИП (суд по интеллектуальным правам).

У Невского кондитер тоже были ситуации нарушения прав на товарные знаки. Так по решению от 15 июля 2020 года по делу № А49-8715/2019 арбитражного суда Пензенской области, изъять у ООО “Невский кондитер” из оборота и уничтожить продукцию, содержащую совокупность признаков, производящих такое же общее впечатления, которое производит промышленный образец по патенту № 92029 в пользу акционерного общества “Эссен Продакшн АГ”.

Однако, не смотря на то, что защита интеллектуальной собственности сейчас находиться на высоком уровне, все же бывают немало нарушений ее использования. Это так же касается и товарных знаков, под которыми экспортируют какой либо товар.

Для того чтобы проблем с товарными знаками больше не возникало или же максимально свести это все к минимуму, мы отталкиваемся от ситуации с ООО “Невский кондитер”, я бы предложил ввести реестр правообладателей Пензенской области в отношении товарных знаков.

Как мы знаем, у невского кондитера есть свои товарные знаки, на которые они имеют права. 90% товаров они экспортируют под другими товарными знаками, остальные же 10 это товар, имеющий их собственную символику.

Говоря о введении реестра правообладателей, вести его может как торгово-промышленная палата Пензенской области, являющийся некоммерческой организацией и которая содействует развитию рыночной

экономики. Или же реестр может вести центр поддержки экспорта Пензенской области, который специально создан для оказания абсолютно любой квалифицированной помощи экспортерам.

По моему мнению, лучше всего, если его будет вести Центр поддержки экспорта. Основная цель создания реестра будет учет правообладателей и объектов их интеллектуальной собственности, в первую очередь это товарные знаки, раз уж ми говорим об их защите. В этот реестр войдут все предприятия занимающихся экспортной деятельностью, а также вся информация о товарных знаках, их правообладателей и сроках их действия. Однако реестр нужно будет постоянно обновлять, дабы избежать спорных ситуаций при дальнейшем экспорте продукции.

Следовательно, одной из главных особенностей данного реестра будет информация. Также он должен стать действенным механизмом подтверждения прав на тот или иной товарный знак и, следовательно, эффективным средством борьбы с нарушением исключительных прав на них.

Вернемся к тому, почему же этот реестр должен вести центр поддержки экспорта? Ну, во-первых он является, частью инфраструктуры поддержи предпринимательства и основная его задача развитие делового партнерства предприятий. Помимо того, что он будет ввести реестр правообладателей, он так же может предлагать своим клиентам, в данном случае участникам этого реестра (Предприятия и частные предприниматели) услуги консультирования или же какой либо технической и практической поддержки.

Возможно консультирование по особенностям экспорта в определенную страну, сопровождение экспортного контракта, помощь в оформлении документов, сертификации в соответствии с требованиями страны экспорта. Минусов в создании этого реестра я не вижу, однако, пожалуй, нужно понимать, что не все правообладатели смогут согласиться с данным предложением и тогда уже его эффективность резко снижается.

Так же могу предложить упростить алгоритм регистрации товарного знака в Роспатенте. Это будет относиться не только к невскому кондитеру, но и у другим производственным предприятиям выпускающие продукцию под своим товарным знаком.

Как мы знаем, для того чтобы зарегистрировать свой товарный знак он должен пройти определенные этапы проверки, такие как: Экспертиза в двух видах, уплата госпошлины в 3 частях, что, по моему мнению, значительно задерживает сам алгоритм регистрации. Я предлагаю так; при подаче заявки на регистрацию товарного знака, действует скидка 30%, если заявление подано в электронном виде, а не письменном. Поэтому для начала хотел бы предложить каждому предприятию и индивидуальному предпринимателю регистрировать товарный знак онлайн и в дальнейшем развивать подачу электронных заявления на регистрацию товарных знаков. Второй момент я бы хотел предложить объединить процедуру экспертизы, а как мы знаем, существует экспертиза по существу и формальная экспертиза. Я считаю, что это намного ускорит сам процесс регистрации. И в третьих объединить уплату госпошлины по частям в одну, то есть после полной проверки, прохождения полной экспертизы и, конечно же, после выбора всех классов МКТУ, оплатить госпошлину, которая рассчитываться по фиксированной цене за услуги и за выбор, какого либо класса МКТУ. И соответственно, после выполнения этих вех действий происходит регистрация товарного знака в Роспатенте.

Следовательно, алгоритм будет выглядеть так:

Рисунок 3.4 – Упрощенный алгоритм регистрации товарного знака

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ну и в заключение моей работы, из всего, что было сказано можно сделать определенный вывод. Товарный знак обладает очень длительной историей своего развития. Все его этапы становления объясняются некими экономическими условиями и традициями отдельной страны и Российская Федерация в этом отношении не исключение.

Этапы развития института товарных знаков, как впрочем, и всех объектов интеллектуальной собственности, объясняются, прежде всего, экономическими условиями и правовыми традициями каждой конкретной страны и обусловлены ими. Россия в этом отношении не является исключением.

Юридическое закрепление права на товарные знаки и знаки обслуживания, по сути, означает осознание государством важности охраны экономических прав хозяйствующих субъектов. Охрана товарных знаков непосредственно связана с защитой свободы личности, прав человека и основ предпринимательства.

Еще раз подчеркнем, что поскольку права на товарные знаки и знаки обслуживания являются гражданскими правами, вопрос о применении мер защиты решает владелец этих прав, а не какой-либо государственный орган.

Однако на сегодняшний день в России существует жесткая конкуренция в сфере товаров и услуг. Одной из главных причин такой конкуренции, является товарный знак. Это объясняется тем, что большинство предпринимателей сталкиваются с проблемами использования товарного знака. Для начала его не так-то просто создать, а обеспечить хорошую правовую защиту тем более легким действием не получиться.

Действующее гражданское законодательство предусматривает несколько направлений защиты прав на товарные знаки. Помимо таких санкций, как запрет правонарушения и возмещение причиненных убытков,

предусмотренных ГК РФ, в Законе в связи с товарными знаками закреплены такие санкции, как:

публикация судебного решения в целях восстановления деловой репутации потерпевшего;

удаление с товара или его упаковки незаконно используемого товарного знака (наименования места происхождения товара) или уничтожение изготовленных изображений товарного знака (наименования места происхождения товара).

Юридически, получение и закрепление права на товарный знак означает его важность охраны экономических прав субъектов. Их охрана тесно связна с защитой прав человека или свободы.

Поскольку права на товарные знаки и знаки обслуживания являются гражданскими правами, все вопросы, возникающие по защите, решает именно правообладатель данного товарного знака, но не в коем случае какой-либо государственный орган.

Сейчас, конечно же, можно уверенно сказать, что в настоящее время уже существует соответствующий механизм, служащий для правовой защиты прав владельцев товарных знаков и знаков обслуживания.

Правообладатель товарного знака после официальной регистрации получает исключительное право на товарный знак. Исключительное право характеризуется по целому ряду критериев, таких как: основание возникновения; объект; субъект; объем и содержание; сфера действия; пределы действия в пространстве; пределы действия во времени (срок действия); иные ограничения действия исключительного права.

Правообладатель может распоряжаться принадлежащим ему исключительным правом, любым способом, в том числе путем его отчуждения по договору другому лицу или предоставления другому лицу права использования соответствующих результатов интеллектуальной деятельности.

Защита исключительных прав на товарный знак может осуществляться таможенными органами, если товары, произведенные с незаконным использованием товарных знаков известных фирм (пиратская продукция), ввозятся в Россию или, наоборот, вывозятся за ее пределы. Таможенные органы вправе принимать меры, связанные с приостановлением выпуска товаров, обладающих признаками контрафактных. Необходимо помнить, что основной мерой по защите товарного знака остается его регистрация.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) // Собрание законодательства РФ. - 04.08.2014. - № 31. - Ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 52, ст. 5496
3. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии http://www.eurasiancommission.org/, 05.06.2014.
4. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // Официальный сайт Евразийского экономического союза http://www.eaeunion.org/, 12.04.2017.
5. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 06.08.2018. № 32 (часть I). Ст. 5082.
6. Об утверждении Стратегии развития экспортной деятельности Пензенской области до 2035 года: распоряжение Правительства Пензенской области от 14 мая 2018 года № 238-рП // Официальный сайт Правительства Пензенской области. https://pnzreg.ru/project-office/projects/strategiya-razvitiya-penzenskoy-oblasti-do-2035-goda-1/57883/ (дата обр.: 22.04.2022).
7. О стратегическом планировании в Российской Федерации: федеральный закон от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ (ред. от 31.12.2017 г.). // Официальный интернет-портал правовой информации: http://pravo.gov.ru/

8. Договор о Евразийском экономическом союзе" (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 01.10.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.10.2021).

9. О патентных поверенных: федеральный закон от 30 декабря 2008 г. N 316-ФЗ // Собрание государственной думы РФ. – 2008. – № 51720-5.

Монографии и учебные пособия

10. Бубнова О.Ю. Актуальные проблемы защиты прав на товарные знаки / Вестник современных исследований. 2019. № 8-1 (11). С. 87-91.

11. Кастальский В.Н. «Совместное обладание исключительным правом»//Хозяйство и право. 2008.№ 4

12. Нефедкина И.В. Специфика субъекта права на коммерческое обозначение // Высшая школа. 2017. № 8. С. 30-31.

13. Тирских В.В. К вопросу о правах на товарный знак // Аллея науки. 2020. Т. 1. № 10. С. 708-710.

Периодические издания

14. Быков В.П., Юдина Н.С., Улитина В.В. Способы защиты исключительных прав на товарные знаки // Вестник Федерального арбитражного суда Московского округа. – 2019. – № 1. – С. 86-97.

15. Быструшкина И. В. Гражданско-правовая охрана товарного знака и фирменного наименования: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. – Москва, 2017. – 199 с.

16. Городов О.А. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации предприятия // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2020. № 9. С. 2-9.

17. Матвеев С.В. Основные проблемные вопросы, связанные с регистрацией товарного знака // Известия Чеченского государственного университета. 2020. № 3 (7). С. 132-135.

18. Медведев М.Ю. «Охраноспособность товарных знаков по законодательству Российской Федерации» Автореф. канд. дисс. М., 2008.

19. Казбулатова Э.И. Особенности внешнеэкономической деятельности предприятий Пензенской области//В сборнике: Актуальные проблемы внешнеэкономической деятельности и таможенного дела. Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией С.В. Тактаровой, С.А. Агамагомедовой. Пенза, 2021. С. 85-88.

20. Корнеева А.В. Экспортный потенциал предприятий Пензенской области // В сборнике: Актуальные проблемы внешнеэкономической деятельности и таможенного дела. Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией С.В. Тактаровой, С.А. Агамагомедовой. Пенза, 2021. С. 107-110.

21. Петрова Т.В. «Некоторые проблемы товарных знаков остались за рамками четвертой части ГК РФ»// Патенты и лицензии. 2009. № 2.

22. Право интеллектуальной собственности. Т. 3. Средства индивидуализации: Учебник./Под общ. Ред. д.ю.н., проф. Л.А. Новоселовой. М, 2018. – 432 с.

23. Романова Е.А. Сущность товарного знака как средства индивидуализации / Е.А. Романова // Научно-методический журнал «Наука и образование: новое время». 2019. № 5 (6). С. 42-43.

24. Тайнишева В.С. Особенности защиты товарного знака, как объекта интеллектуальной собственности // Успехи в химии и химической технологии. 2019. Т. 31. № 15 (196). С. 41-42.

25. Сальникова О. В, Рожкова Л. В // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2018. – № 1 (7). – С. 56–64. – DOI 10.21685/2309-2874-2018-1-7.

Электронные ресурсы

26. Виды товарных знаков и марок [Электронный ресурс] // logobrand.ru. — URL: http://logobrand.ru/vidi–tovarnih–znakov.php. — (дата обращения: 20.04.2022).

27. Захаров Р.М. Практика экспертизы товарных знаков по учету объектов авторских прав [Электронный ресурс] // Материалы научно-

практическая конференция «Авторско-правовые проблемы в сфере промышленной собственности», 14 апреля 2021г. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JjRxFlW9SDs (дата обращения: 20.04. 2022 г.).

28. Какие бывают товарные знаки [Электронный ресурс] // www.legal–support.ru.URL:http://www.legalsupport.ru/services/trademarks/vidy–tovarnyh–znakov.html. — (дата обращения: 20.04.2022).

29. Определения: товарный знак, торговая марка, логотип, слоган [Электронный ресурс] // www.tm–patent.ru. — URL: http://www.tm–patent.ru/definitions.html. — (дата обращения: 20.04.2022).

30. П. Садовский «Борьба с незаконным использованием товарных знаков: актуальные проблемы» [Электронный ресурс] // https://cyberleninka.ru — URL: https://cyberleninka.ru/article/v/borba-s-nezakonnym-ispolzovaniem-tovarnyh-znakov-aktualnye-problemy (Дата обращения: 20.04.2022).

31. Понятия и виды товарных знаков [Электронный ресурс] // www.grandars.ru.—URL:http://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/tovarnyy–znak.html. — (дата обращения: 20.04.2020).

32. Товарный знак: Определение и основные функции товарного знака [Электронный ресурс] // www.tm–patent.ru. — URL: http://www.tm–patent.ru/trademark_meaning.html. — (дата обращения: 20.04.2022).

33. Экспорт кондитерских изделий из РФ достиг максимума. URL: https://bac-forum.ru/articles/85-eksport-konditerskih-izdelii-iz-rf-dostig-maksimuma.html (дата обращения: 20.04.22).

34. Официальный сайт Федеральной таможенной службы РФ. URL: https://customs.gov.ru/

35. Официальный сайт ООО «Невский Кондитер». URL: http://www.konditer.net/

36. Портал поддержи малого и среднего бизнеса «Мой бизнес». URL: https://mbpenza.ru/

37. Пензенская кондитерская фабрика. URL: https://www.uniconf.ru/factories/pkf/

38. Официальный сайт ЕАЭС. URL: http://www.eaeunion.org

Ректору ПГУ
А.Д. Гулякову
студент 5 курса ФЭУ
кафедры «МиЭБ»
очной формы обучения
Джабраилов Максим Гусманович

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, Джабраилов Максим Гусманович, студент 5 курса очной формы обучения направления подготовки 38.05.02 профиль подготовки Таможенное дело, прошу провести проверку с использованием системы «Антиплагиат» дипломной работы на тему «Защита прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции», выполненн мной самостоятельно, на содержание элементов плагиата.

Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Я ознакомлен с действующим Стандартом университета «Выпускная квалификационная работа обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», согласно которому обнаружение плагиата является основанием для недопуска ВКР к защите и отчисления из университета.

_____ / Джабраилов М.Р /

ВКР представлена на проверку _____ 2022 г.

Руководитель ВКР _____ / Агапова /

Протокол

проверки на оригинальность в системе «Антиплагиат.ВУЗ»

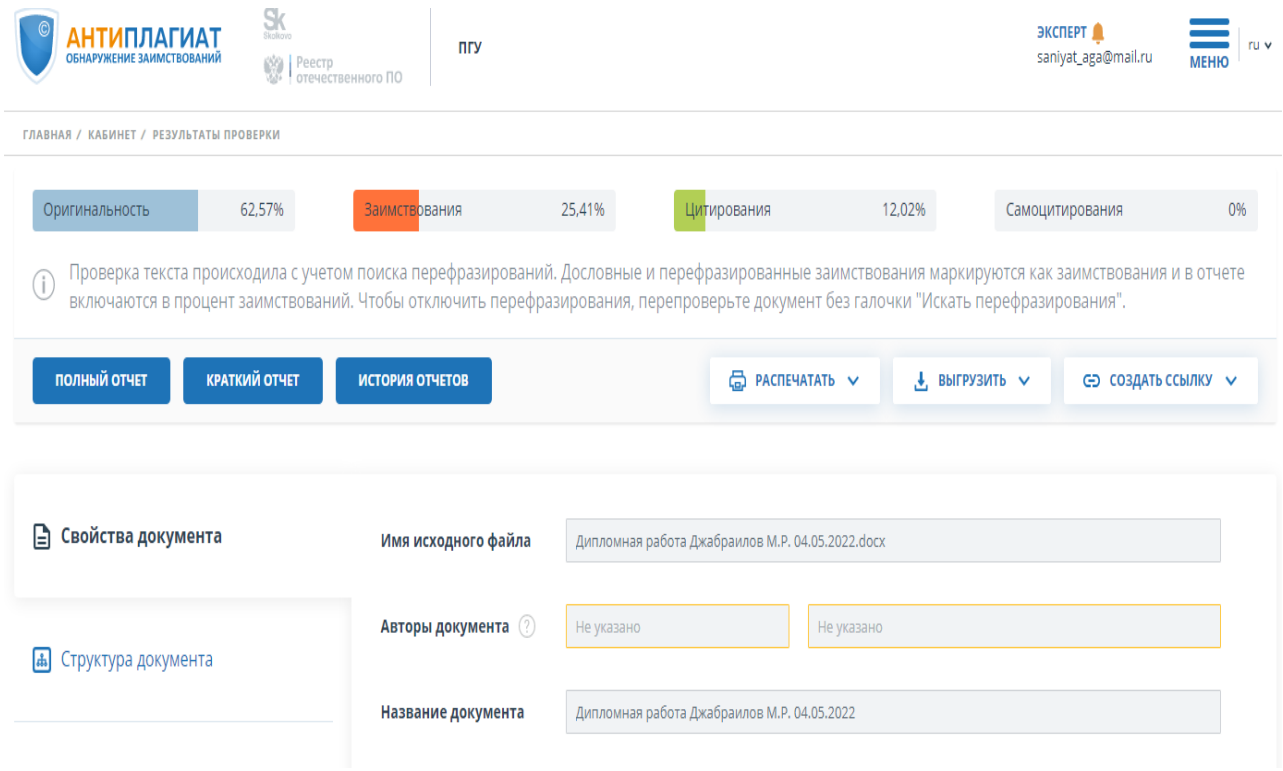
выпускной квалификационной работы на тему:

«Защита прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции»

студента 5 курса института экономики и управления специальности 38.05.02 «Таможенное дело» **Джабраилова Максима Руслановича**

Руководитель ВКР доцент кафедры «Менеджмент и ЭБ», к.с.н., доцент Агамагомедова С.А.

Скриншот:



5 мая 2022 г. _____ / *С.А. Агамагомедова* /

И.О. Фамилия руководителя ВКР

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ОТЗЫВ
о выпускной квалификационной работе
(дипломной работе)

на тему: Защита прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции

студента Джабраилова Максима Руслановича
(Ф.И.О.)

Специальность 38.05.02 Таможенное дело
(наименование специальности)

Институт экономики и управления
(название факультета)

Форма обучения очная
(очная, заочная)

Кафедра Менеджмент и экономическая безопасность
(название кафедры)

Научный руководитель к.с.н., доцент С.А. Агамагомедова
(уч. степень, уч. звание, инициалы, фамилия)

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

Тема выпускной квалификационной работы (дипломной работы) Джабраилова Максима Руслановича является достаточно актуальной в современных условиях. Вопросы защиты интеллектуальных прав в условиях развития экспорта и усиления санкционного давления приобретают новое звучание.

В Пензенской области целый ряд предприятий экспортируют кондитерскую продукцию, при этом у большинства этих экспортеров есть собственные товарные знаки. В этой связи важно защитить свои нематериальные активы от посягательства со стороны конкурентов.

Джабраиловым М.Р. по материалам экспортной деятельности ООО «Невский кондитер» выделены проблемы защиты товарных знаков при экспорте кондитерской продукции в современных условиях, предложены пути решения выделенных проблем.

уровень теоретической подготовки в области таможенного законодательства, а также законодательства в области интеллектуальной собственности. Им выделены тенденции и проблемы защиты прав на товарные знаки, предложены пути их решения. Особую ценность работе придает проведенный автором анализ базы товарных знаков региональных производителей кондитерской продукции.

Автором раскрыты цели и задачи, поставленные в дипломной работе, обоснована значимость рассматриваемой темы. Джабраиловым М.Р. изучен большой нормативно-правовой, научный и практический материал по исследуемой теме, проведен сравнительный анализ деятельности региональных экспортеров кондитерской продукции, а также их конкурентных преимуществ. В качестве предложения автором работы предложен алгоритм включения товарных знаков предприятия в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности ФТС России.

Джабраилов М.Р. участвовал во многих научных мероприятиях, среди которых ежегодная международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы внешнеэкономической деятельности и таможенного дела», прошедшая 1 марта 2022 года, имеет публикацию на тему: «Таможенные органы в обеспечении экономической безопасности Российской Федерации».

Дипломная работа содержит объемную научно-исследовательскую часть, которая имеет определенные элементы новизны.

На основании изложенного считаю дипломную работу М.Р. Джабраилова достойной оценки «отлично», а Максима Руслановича Джабраилова - присвоения квалификации «Специалист таможенного дела».

Руководитель ВКР

К.с.н., доцент
(уч. степень, уч. звание)

(подпись)

С.А. Агамагомедова
(инициалы, фамилия)

«____» _____ 2022 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РЕЦЕНЗИЯ
на выпускную квалификационную работу
(дипломную работу)

на тему Защита прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции

студента Джабраилова Максима Руслановича
(Ф.И.О.)
Специальность 38.05.02«Таможенное дело»
(наименование специальности)
Институт экономики и управления
(название факультета)
Форма обучения очная
(очная, заочная)
Кафедра Менеджмент и экономическая безопасность
(название кафедры)
Руководитель к.с.н., доцент Агамагомедова С.А. _____
(уч. степень, уч. звание, инициалы, фамилия)

1. Соответствие ВКР выбранной теме Содержание дипломной работы соответствует выбранной теме, раскрывает ее полностью.

2. Актуальность, новизна Тема: «Защита прав на товарные знаки предприятиями Пензенской области при экспорте кондитерской продукции» в настоящее время является весьма актуальной. Кондитерская продукция доминирует в экспорте предприятий региона на протяжении последних лет. В связи с этим вопросы дальнейшего развития экспорта подобной продукции предприятиями региона приобретают особую актуальность.

3. Оценка содержания работы Содержание дипломной работы в целом соответствует предъявляемым требованиям. В работе раскрыты основные теоретические, нормативно-правовые основы экспортных операций в отношении кондитерской продукции, проведен анализ деятельности основных производителей подобных товаров в регионе, проанализирована хозяйственно-экономическая и экспортная деятельность предприятия ООО

«Невский кондитер», выявлены актуальные проблемы защиты прав на товарные знаки при экспорте кондитерской продукции в Пензенской области и предложены пути их решения.

4. Положительные стороны работы Представляют интерес следующие аспекты темы: особенности экспорта кондитерской продукции предприятиями региона; предложение о включении товарных знаков ООО «Невский кондитер» в таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности ФТС России.

5. Практическое значение и рекомендации по внедрению Дипломная работа имеет практическое значение для оптимизации защиты исключительных прав на товарные знаки предприятиями-производителями кондитерской продукции в Пензенской области.

6. Недостатки и замечания В работе автором проведен анализ товарных знаков ООО «Невский кондитер». При этом автор мог провести анализ товарных знаков крупнейших производителей кондитерской продукции в регионе. Вероятно, отсутствие подобного системного анализа связано с закрытостью информации о деятельности предприятий, их интеллектуальных ресурсах. В работе имеются небольшие недочеты в оформлении текстовой части диплома.

7. Рекомендуемая оценка ВКР Отлично

8. Вывод о присвоении выпускнику квалификации Специалист таможенного дела.

РЕЦЕНЗЕНТ* менеджер внешнеэкономической деятельности ООО «Невский кондитер» А.В. Савельева

(должность, место работы, уч. степень, уч. звание, инициалы, фамилия)

«____» _____ 2022 г.

(подпись рецензента)

* Подпись рецензента, не являющегося работником (сотрудником) ПГУ, заверяется печатью организации.