

СТАТЬЯ

Свяжитесь с нами:

- **ТОО «Болотов и Партнеры»**
Казахстан, г. Алматы 050008
ул. Ауэзова 60, БЦ «Almaty Residence», 6 этаж
+7 (727) 357 23 80
info@BolotovIP.com
www.BolotovIP.com

Январь 2016

Товарный знак – часть имущества предприятия



Наурузова
Гульжихан

Консультант,
Патентный
поверенный РК

Современное общество характеризуется возросшим интересом к результатам творческой деятельности, к вопросам охраны и защиты прав на интеллектуальную собственность. В Казахстане малому и среднему бизнесу оказывается как финансовая поддержка на стадии государственного регулирования предпринимательской деятельности, так и информационная при обеспечении производственных структур необходимой патентной и иной литературой.

Производство конкурентоспособного продукта закладывается задолго до поступления товара на рынок – на стадии исследовательских и опытно-конструкторских работ с последующей коммерциализацией результатов исследований. Все большее число производителей выбирает этот, более сложный путь продвижения своих товаров и услуг, связанный с вложением значительных средств в маркетинговые исследования, рекламу и разработку бизнес-планов, тем самым подтверждая свое намерение основательно и надолго закрепиться на рынке конкурентоспособной продукции.

В этой связи хочется напомнить о важности своевременной защиты своей интеллектуальной собственности, во избежание регистрации прав на имя различного рода, порой «нечистоплотных», третьих лиц. И начинать этот процесс нужно уже с разработки фирменного знака, который будет сопровождать производимую продукцию и наноситься на документацию. Уже на этой начальной стадии можно заложить и предопределить будущее производства.

© 2016 Bolotov & Partners. Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей Статье, общего характера и не может быть использована как юридическая консультация или рекомендация. В случае возникновения вопросов, пожалуйста, обращайтесь.

Благозвучный, легко различимый и запоминающийся знак может стать союзником и надежным партнером, а в последующем и визитной карточкой компании, при условии достойного качества производимого товара.

Поставить задачу всегда легче, чем ее выполнить. Для достижения наиболее благоприятного результата не следует пренебрегать услугами и возможностями маркетологов, дизайнеров, психологов и, наконец, аналитиков, которые помогут создать оригинальный и успешный знак, который приобретет статус товарного знака только после регистрации в специализированном уполномоченном органе, каким является Комитет по правам интеллектуальной собственности Министерства юстиции Республики Казахстан. Разработчикам товарных знаков следует знать, что несмотря на большие возможности для выбора, не все обозначения могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков. Основания, по которым может быть отказано в регистрации, приведены в статьях 6 и 7 Закона Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров (далее Закон)». Если в статье 6 Закона содержатся причины для отказа, обусловленные абсолютной природой самого знака, которые могут быть учтены при его разработке, то в статье 7 Закона указаны основания, обусловленные наличием более ранних прав на товарные знаки и иные объекты интеллектуальной собственности, которые могут быть выявлены и противопоставлены в процессе экспертизы.

Во избежание неоправданных временных и материальных затрат в случае отказа в регистрации, можно на стадии разработки товарного знака определить возможность его регистрации, иными словами - охраноспособность. С этой целью до подачи заявки можно заказать предварительный поиск на новизну. Поиски проводятся по базам данных заявленных на регистрацию, зарегистрированных и охраняемых в Республике Казахстан товарных знаков. Опытные специалисты наряду с отчетом о результатах поиска дадут рекомендации по целесообразности подачи заявки или разработке другого более перспективного знака.

Нередки случаи, когда бывшие партнеры по бизнесу превращаются в конкурентов, пытаясь обойти друг друга путем регистрации на свое имя чужого уже введенного в хозяйственный оборот обозначения. Грамотное и своевременное оформление прав на объекты интеллектуальной собственности позволит избежать многие

негативные явления при формировании бизнеса и сохранить дипломатические отношения с партнерами.

Затраты на создание и «раскрутку» знака потребуют терпения от производителей и окупятся с лихвой по мере становления производства. Потребуются годы до того, как товарный знак станет узнаваемым и востребованным, но уже с момента разработки он будет учтен в составе имущества предприятия в качестве его нематериального актива. Стоимость его будет меняться и по мере продвижения на рынке он становится важным элементом имущественного комплекса предприятия. Рыночная стоимость товарного знака может значительно превышать стоимость производственных и материальных ресурсов фирмы. Оценка товарного знака компании (бренда) положительно влияет на ее общую рыночную стоимость и, следовательно, на ее привлекательность для партнеров и инвесторов. Оформление и использование объектов интеллектуальной собственности в качестве активов и имущества предприятия необходимы для контроля эффективности их использования, капитализации (превращения в интеллектуальный капитал), коммерциализации (получения прибыли от их использования) и иных способов вовлечения в хозяйственный оборот.

Существуют методики по определению и оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности, в том числе и товарных знаков. Все чаще зарекомендовавшие себя товарные знаки выступают в качестве залогового имущества в банках, а также определяют рыночную стоимость предприятия на торгах.

Особенностями объектов интеллектуальной стоимости являются их имущественный характер, возможность денежной оценки, отчуждаемость и возможность их использования в качестве объектов товарно-денежных отношений.

Вопрос о защищенности интеллектуальной собственности становится особенно актуальным при вовлечении объектов интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот путем коммерциализации, в том числе, при заключении контрактов на поставку товаров и лицензионных соглашений.

Результат конкурентной борьбы зависит от поставленной перед производителями задачи: достижения преимущества перед конкурентом за счет копирования и присвоения результатов чужого труда или за счет наработки репутации в процессе затратного и кропотливого создания

своего продукта, сопровождаемого узнаваемым и востребованным товарным знаком.

Для современного производителя должно быть очевидным, что превращение интеллектуальной собственности в товар дает возможность получения реального дохода от монопольного владения исключительными правами, которые могут быть объективно оценены и при наличии спроса на рынке способны пополнить ликвидный актив предприятия.

Наурузова Г.Х.- Журнал "Интеллектуальная собственность Казахстана", 2004г.