

Научная статья
УДК 347.772
doi: 10.17586/2713-1874-2021-3-53-62

ВЫЯВЛЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ В ОБЛАСТИ РЕГИСТРАЦИИ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Регина Рустемовна Вакилова^{1✉}, Дмитрий Николаевич Верзилин²

¹Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия, mirawhite6@gmail.com✉

²НГУ имени П.Ф.Лесгафта, Санкт-Петербург, Россия, verzilindn@mail.ru

Язык статьи – русский

Аннотация: Статья посвящена выявлению статистических закономерностей в области регистрации товарных знаков и знаков обслуживания. Для этих целей использованы официальные статистические данные, приведенные в соответствующих государственных сборниках. Анализ динамических изменений действующих свидетельств и поданных заявок позволил сделать позитивные выводы о регистрации средств индивидуализации в России. Также в статье было проведено исследование зависимости между количеством организаций в определенном регионе и количеством зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания и сделаны выводы о том, что выдвинутая гипотеза о наличии возможной зависимости между количеством организаций в определенном регионе и количеством зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания подтвердилась частично. Закономерность действительно существует, то есть с увеличением числа организаций в определенном регионе увеличивалось количество зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, однако построить четкую математическую модель зависимости не удалось.

Ключевые слова: товарные знаки и знаки обслуживания, регистрация средств индивидуализации, подача заявок на товарные знаки и знаки обслуживания

Ссылка для цитирования: Вакилова Р.Р., Верзилин Д.Н. Выявление статистических закономерностей в области регистрации товарных знаков // Экономика. Право. Инновации. 2021. № 3. С. 53–62. <http://dx.doi.org/10.17586/2713-1874-2021-3-53-62>.

IDENTIFICATION OF STATISTICAL PATTERNS IN THE FIELD OF TRADEMARK REGISTRATION

Regina R. Vakilova^{1✉}, Dmitriy N. Verzilin²

¹ITMO University, Saint Petersburg, Russia, mirawhite6@gmail.com✉

²Lesgaft NSU, Saint Petersburg, Russia, verzilindn@mail.ru

Article in Russian

Abstract: The article is about identification of statistical patterns in the field of trademarks and service marks registration. To identify patterns, official statistical data provided in the relevant state collections were used. The analysis of dynamic changes in the certificates and the filled applications allowed us to indicate positive conclusions about the intellectual property registration in Russia. The article also provided the hypothesis of the dependency between the number of organizations in a certain region and the number of registered trademarks and service marks. It was concluded that the hypothesis put forward about the presence of a possible dependence between the number of organizations in a certain region and the number of registered trademarks and service marks was partially confirmed. There really is a pattern, that is, with an increase in the number of organizations in a certain region, the number of registered trademarks and service marks increased, but it was not possible to build a clear mathematical model of dependence.

Keywords: trademarks and service marks, intellectual property registration, filing trademark applications

For citation: Vakilova R.R., Verzilin D.N. Identification of Statistical Patterns in the Field of Trademark Registration. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2021. No. 3. pp. 53–62. (in Russ.). <http://dx.doi.org/10.17586/2713-1874-2021-3-53-62>.

Введение. В последние годы во всем мире и, в частности, в России, активно развиваются не только крупные промышленные компании, но и предприятия малого и среднего бизнеса. В 2020 году, несмотря на различные ограничения, вызванные пандемией новой коронавирусной инфекции, в России коэффициент рождаемости организаций составил 6,4%, то есть на каждую тысячу существовавших субъектов предпринимательской деятельности открывалось 64 новых организации. Кроме этого, многим компаниям пришлось развивать собственную цифровую экосистему и переводить свою деятельность в онлайн-режим, что послужило поводом создания новых товаров, форм обслуживания и платформ.

Как известно, всем новым компаниям и новым продуктам необходимо собственное и уникальное обозначение. Без государственной регистрации в соответствующих государственных органах такому обозначению не предоставляется защита, и оно остается уязвимым [1]. Поэтому важную роль в создании конкурентной среды в сфере российского предпринимательства играет регистрация товарных знаков и знаков обслуживания [2]. Эти объекты интеллектуальной собственности позволяют потребителю отличить рассматриваемую компанию или продукт от других схожих.

Целью исследования является выявления статистических закономерностей в области регистрации российских товарных знаков и знаков обслуживания.

Для анализа данных в области регистрации товарных знаков и знаков обслуживания с целью выявления статистических закономерностей и общих черт развития сферы были использованы количественные и динамические показатели подачи заявок и получения охранных документов на товарные знаки и знаки обслуживания и другие объекты интеллектуальной собственности, предоставленные официальными государственными органами, включая Годовой отчет Роспатента за 2020 год, и крупными базами статистических данных. Для анализа статистических показателей использованы методы описательной и многомерной статистики.

Статистика поданных заявок и действующих свидетельств на товарные зна-

ки. Товарные знаки и знаки обслуживания неразрывно связаны между собой, поэтому и представляют один объект интеллектуальной собственности. Из 1477 статьи ГК РФ следует, что товарный знак – это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, а знак обслуживания – это обозначение, служащим для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг. В качестве товарных знаков и знаков обслуживания могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации. Но не всегда зарегистрированный по всем нормам закона товарный знак или знак обслуживания относится именно для индивидуализации конкретного продукта или услуги. В качестве товарного знака и знака обслуживания может охраняться логотип и название компании или организации (например, эмблема университета ИТМО зарегистрирована как товарный знак), эмблема спортивного клуба или любой слоган, отвечающий всем критериям охраноспособности объекта как товарного знака или знака обслуживания и требованиям российского законодательства.

Как отмечают многие специалисты в области гражданского права, основной целью регистрации товарного знака или знака обслуживания является защита своего бизнеса от нечестной конкурентной борьбы [3, 5]. Некоторые авторы отводят средства индивидуализации важнейшее место в системе взаимоотношений между производителем и потребителем [4]. Помимо уже перечисленных, существует ещё множество причин, по которым будущему правообладателю необходимо зарегистрировать свой товарный знак или знак обслуживания: от запуска продажи франшизы до увеличения стоимости компании путем внесения товарного знака в уставной капитал компании. При этом подобное увеличение капитализации не увеличивает налоговую базу, что в дальнейшем положительно сказывается на развитии бизнеса [5].

Товарный знак и знак обслуживания как объект интеллектуальной собственности, в отличие от изобретения или полезной модели, не относится к результатам интеллекту-

альной деятельности (далее – РИД), поэтому в российском правовом поле понятие «автор товарного знака» не существует [6]. Это говорит о том, что создание средств индивидуализации не влечет за собой возникновения личных неимущественных прав. В данном случае возникает лишь исключительное право использования товарного знака и знака обслуживания, чьим обладателем является физическое или юридическое лицо, на имя которого зарегистрировано средство индивидуализации.

Среди всех объектов интеллектуальной

собственности самыми распространенными являются именно товарные знаки и знаки обслуживания, что подтверждается количеством действующих охранных документов на конкретные объекты в Таблице 1. Стоит отметить, что количество действующих зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания приведено без учета заявок, поданных по процедуре Мадридского соглашения, то есть многие иностранные и некоторые российские средства индивидуализации в выборку не вошли.

Таблица 1

**Количество действующих свидетельств или патентов
на конкретные объекты интеллектуальной собственности**

Составлено авторами на основе [8]

Объект интеллектуальной собственности	Количество действующих свидетельств или патентов, шт
Товарный знак и знак обслуживания	493712
Изобретение	266189
Полезная модель	45953
Промышленный образец	41161
Программа для ЭВМ	168030

Можно выделить сразу несколько причин «доминирования» товарных знаков и знаков обслуживания среди объектов интеллектуальной собственности. Во-первых, каждой организации, особенно занятой в сфере торговли, производства товаров и предоставления услуг, необходимо для узнаваемости бренда иметь сразу несколько средств индивидуализации, в то время как другие представленные в таблице объекты являются результатом интеллектуальной или творческой деятельности граждан, которая может и не дать охраноспособный результат в общем, или авторы просто не захотят патентовать свою инновацию. Поэтому ценность товарных знаков и знаков обслуживания для компаний особенно высока, что и приводит к глобальной регистрации.

Во-вторых, сам процесс получения охранного документа на товарный знак значительно проще, ведь главным требованием

к такому объекту является его новизна. В то же время для патентования изобретений и иных результатов интеллектуальной деятельности (далее – РИД) авторам необходимо соблюдать иные, куда более жесткие, критерии и доказывать возможный технический результат своей инновации.

В-третьих, многие крупные компании регистрируют не только логотипы или собственные названия в качестве товарного знака или знака обслуживания, но и слоганы, которые также способны выделить компанию на фоне остальных и «связать» потребителя с уникальным качественным продуктом или услугой.

График динамического изменения количества действующих свидетельств на товарные знаки и знаки обслуживания с 2014 по 2020 годы (см. Рисунок 1) показывает ежегодное повышение этого показателя.

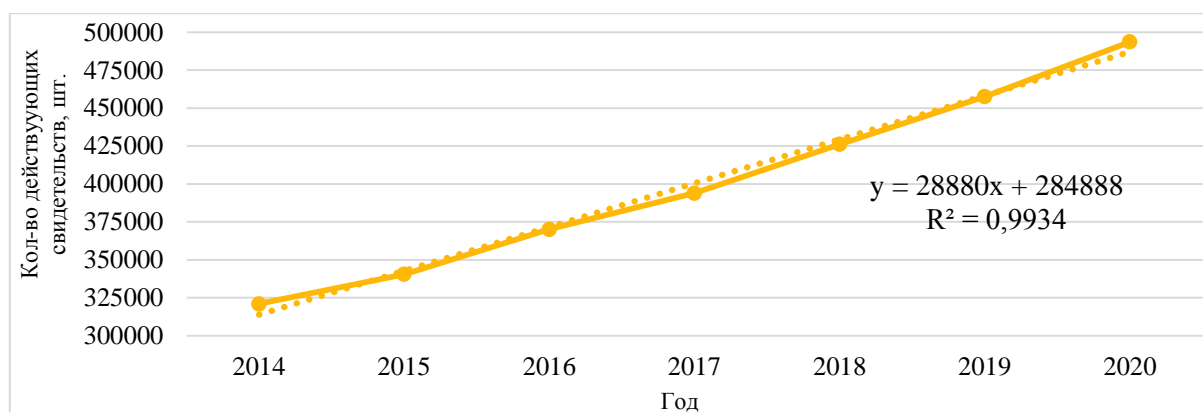


Рисунок 1 – Динамика количества действующих свидетельств на средства индивидуализации с 2014 по 2020 годы

Составлено авторами на основе [8]

Линия тренда и дополнительно посчитанные показатели говорят о том, что прослеживается сильная динамическая зависимость количества действующих охранных документов на товарные знаки и знаки обслуживания, и в среднем ежегодно этот показатель увеличивается на 28 880 свидетельств. При этом самый большой прирост показателя наблюдался в 2020 году, то есть в последнем отчетном периоде (увеличение на 36 142 свидетельства), а наименьший – в 2015 году (увеличение на 19 511 свидетельств). Это говорит о наличии в современном,

быстроменяющемся мире тренда на регистрацию средств индивидуализации. За весь же рассматриваемый период количество действующих свидетельств на товарные знаки и знаки обслуживания увеличилось более чем на 170 тыс. штук или же на 53,84%, то есть более чем в полтора раза.

Наличие тренда в России на товарные знаки и знаки обслуживания подтверждает динамика количества поданных заявок на государственную регистрацию средств индивидуализации, показанная на Рисунке 2.

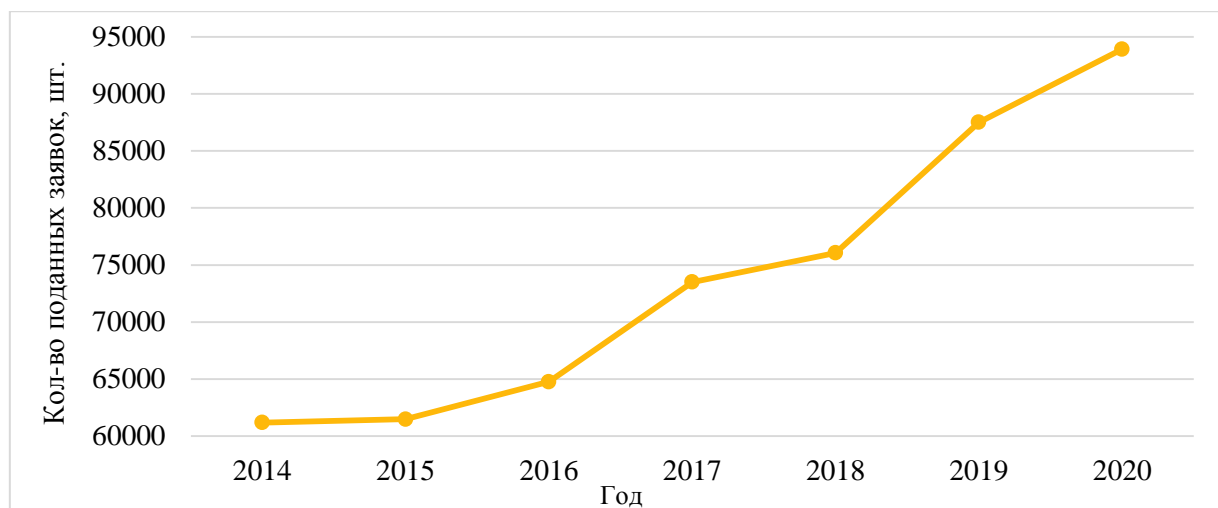


Рисунок 2 – Динамика количества поданных заявок на регистрацию средств индивидуализации с 2014 по 2020 годы

Составлено авторами на основе [8]

Как и в прошлом случае, наблюдается ежегодное повышение количества поданных заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания. Однако, если наи-

меньшее увеличение количества действующих свидетельств на средства индивидуализации совпало с наименьшим приростом поданных заявок на регистрацию этих объектов

интеллектуальной собственности, который наблюдается в 2015 году (увеличение на 0,5%), то наибольший прирост количества поданных заявок наблюдался не в 2020 году, а в 2019 году (увеличение на 15%). Но стоит учитывать тот факт, что общий (максимальный) срок предоставления государственной услуги в части приема, регистрации, экспертизы заявки и выдачи свидетельства на товарный знак составляет восемнадцать месяцев и две недели, а средняя длительность рассмотрения заявок по национальной процедуре составила 5,1 месяца, при этом не всегда итогом экспертизы является выдача свидетельства. То есть если заявка была подана в 2019 году, то с большой долей веро-

ятности свидетельство на товарный знак или знак обслуживания будет получен, в случае положительных результатов делопроизводства, в 2020 году, что совпадает со статистическими данными, представленными на первом графике.

Статистика изменения количества зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания российскими и иностранными заявителями на Рисунке 3 в отдельности показывает, что российскими компаниями в 2020 году было зарегистрировано в 1,5 раза больше знаков, чем иностранными заявителями, однако ещё в 2015 году перевес был на стороне зарубежных коллег.



Рисунок 3 – Динамика количества зарегистрированных средств индивидуализации российскими и иностранными заявителями с 2014 по 2020 годы

Составлено авторами на основе [8]

Подобную тенденцию можно объяснить тем, что для российских компаний увеличилась ценность такого актива, как товарный знак, поскольку это увеличивает защиту бизнеса и узнаваемость самой компании. Кроме этого, политика импортозамещения также позитивно сказывается на подобной динамике, поскольку многие товары иностранного производства заменяются на отечественные, которым и отдается приоритет, особенно при государственных закупках. А из-за политической нестабильности иностранные компании менее охотно ведут свой бизнес в России. Этим объясняется почти неизменяющаяся

динамика регистрации товарных знаков и знаков обслуживания.

Региональная статистика по товарным знакам. К сожалению, данных по общему числу зарегистрированных в том или иной регионе России средств индивидуализации найти не удалось, однако в общем доступе есть данные по подаче заявок и получению свидетельств по регионам за отчетный 2020 год, поэтому все дальнейшее исследование будет основано именно на этих показателях. Конечно, количество поданных заявок или полученных свидетельств за конкретный год не может являться фундаментом

крупного исследования, но эти данные и удельный вес таких показателей в общероссийском масштабе вполне обрисовывают общую картину регистрации товарных зна-

ков и знаков обслуживания в регионе. Рассмотрим только десятку наиболее крупных субъектов-заявителей средств индивидуализации в Таблице 2.

Таблица 2

Распределение поданных российскими заявителями заявок и зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания в 2020 году по субъектам Российской Федерации

Составлено авторами на основе [8]

Субъект	Количество поданных заявок	Количество зарегистрированных знаков
Москва	23759	14169
Московская область	6151	3754
Санкт-Петербург	5288	3805
Краснодарский край	2031	1304
Новосибирская область	1648	1088
Свердловская область	1551	1062
Республика Татарстан	1515	1070
Республика Башкортостан	1340	518
Нижегородская область	1209	748
Ростовская область	1208	733
Самарская область	1099	672

Лидером по количеству поданных заявок и зарегистрированных знаков является Москва. Всего в ней было получено более 14 тысяч свидетельств на товарные знаки и знаки обслуживания, что составляет 6,1% от общего количества полученных охранных документов.

По количеству поданных заявок на втором месте расположилась Московская область, однако по количеству полученных свидетельств вице-лидерство принадлежит другому городу федерального значения – Санкт-Петербургу. При этом количество поданных заявок заявителями из Московской области почти на 1 000 больше, чем из второго по величине города России. Это может быть объяснено двумя причинами.

Во-первых, многие московские заявители могут регистрировать свои средства индивидуализации через посредников в Московской области, так как цены на услуги столичных специалистов значительно выше.

Во-вторых, это может говорить о более качественной и профессиональной работе петербургских поверенных, ведь среди всех рассмотренных субъектов именно в Санкт-Петербурге наблюдается наименьший коэффициент регистрации (отношение поданных заявок к зарегистрированным знакам за этот же период), который равен 1,38, в то время как в московских регионах идентичный расчетный показатель превышает 1,6. Самый же большой коэффициент регистрации товарных знаков и знаков обслуживания заметет в Башкортостане – 2,58, то есть на каждые два зарегистрированных знаков приходится около 5 заявок. Во введении было сказано, что регистрация товарных знаков и знаков обслуживания напрямую связано с деятельностью многих организаций и была озвучена важность таких обозначений для компаний. Поэтому можно предположить, что между количеством организаций в определенном регионе и количеством заре-

гистрированных товарных знаков и знаков обслуживания существует некоторая закономерность. Именно эта гипотеза может быть проверена на примере статистического анализа данных.

Для начала рассмотрим на Рисунке 4 наличие зависимости в масштабе федеральных округов Российской Федерации. По-

скольку данных по общему количеству зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания в регионах, как было сказано выше, в источниках статистической информации найти не удалось, то в качестве зависимого фактора возьмем количество полученных свидетельств за последний год.

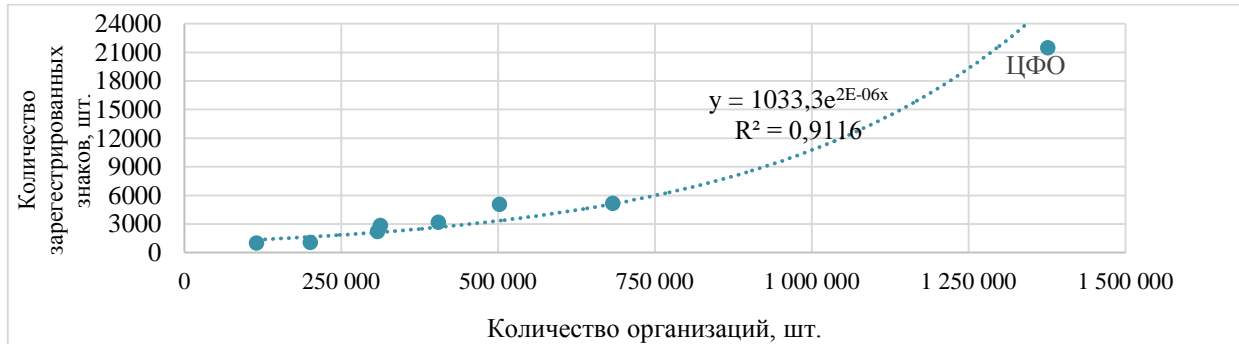


Рисунок 4 – Закономерность изменения количества зарегистрированных знаков в федеральных округах за 2020 год от общего количества организаций
Составлено авторами на основе [7]

Отметим, что наиболее подходящим вариантом для описания проверяемой зависимости является экспоненциальная линия тренда. Коэффициент детерминации, близкий к 1, говорит о действительно существующей закономерности двух вышеупомянутых факторов.

Однако также можно заметить и выбивающийся из общей картины регион, в кото-

ром количество существующих организаций почти в два раза больше, чем у ближайшего преследователя – это Центральный федеральный округ в состав которого входит Москва. Поэтому для уточнения полученных данных и глубины анализа отделим московские показатели на Рисунке 5 от показателей федерального округа, в который она включена.

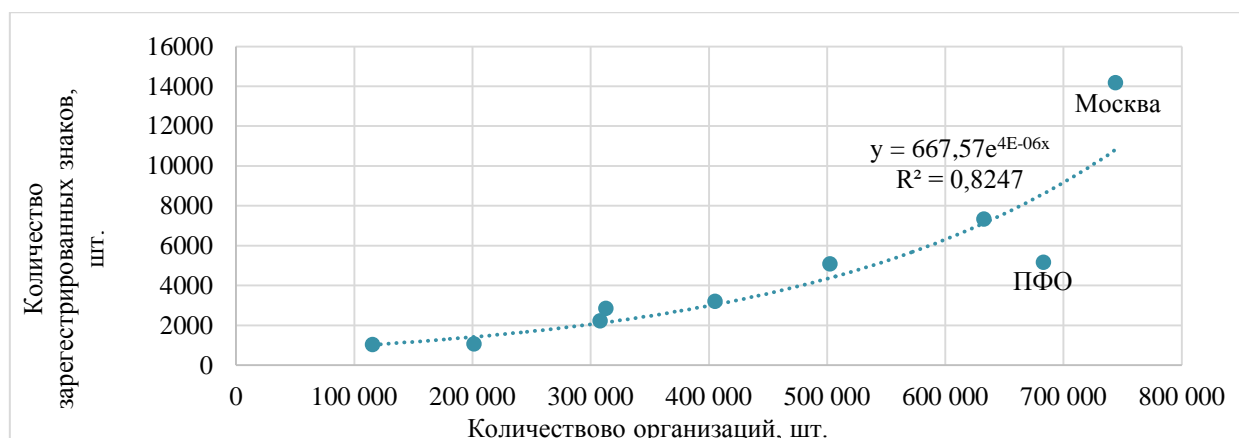


Рисунок 5 – Закономерность изменения количества зарегистрированных знаков в федеральных округах за 2020 год с учетом отделения Москвы от ЦФО от общего количества организаций
Составлено авторами на основе [8]

Отметим, что с учетом разделения московских показателей от данных федерального округа изменилась экспоненциальная кривая, соответствующая наиболее подходящей линии тренда, и коэффициент достоверности, который теперь равен 0,82. Данное значение все еще говорит о наличии сильной зависимости показателей. При этом четыре точки, соответствующие четырем федеральным округам (Северо-Кавказский, Уральский, Сибирский и Центральный без Москвы – в порядке возрастания количества организаций) лежат практически на показанной линии тренда. Однако можно выделить сразу два региона, которые далеки от экспоненциальной кривой: Приволжский федеральный округ (ПФО) (лежит ниже линии тренда, что говорит о маленьком количестве зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания) и Москва (лежит выше линии тренда, что, наоборот, говорит о большом объеме регистрации средств индивидуализации). Московские показатели можно объяснить тем, что именно в Москве сосредоточено подавляющее число патентных поверенных по товарным знакам и знакам обслуживания, о чем говорит доля таких специалистов в общероссийском масштабе – 58%. По-

этому многие немосковские компании обращаются именно к специалистам из Москвы для получения консультаций и помощи в регистрации. Вполне возможно, компании из ПФО являются наиболее частыми клиентами московских поверенных, так как на почти 700 тыс. организаций в регионе приходится всего 164 патентных поверенных. Для сравнения, в Москве число таких специалистов составляет 1294 человека.

Из-за небольшого массива данных и относительно маленькой выборки для более надежного исследования были проанализированы показатели не по федеральным округам, а по нескольким субъектам Российской Федерации. Субъекты были отобраны по следующему принципу: из каждого федерального округа были взяты регионы, занимающие второе место по числу зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, предпоследнее место по этому же показателю и медианное значение (в составе ЦФО Москва не учитывалась). Такой принцип помогает избежать слишком больших разбросов показателей и элемента случайности, поскольку для анализа было выбрано 24 субъекта, по три из каждого округа, разброс которых показан на Рисунке 6.

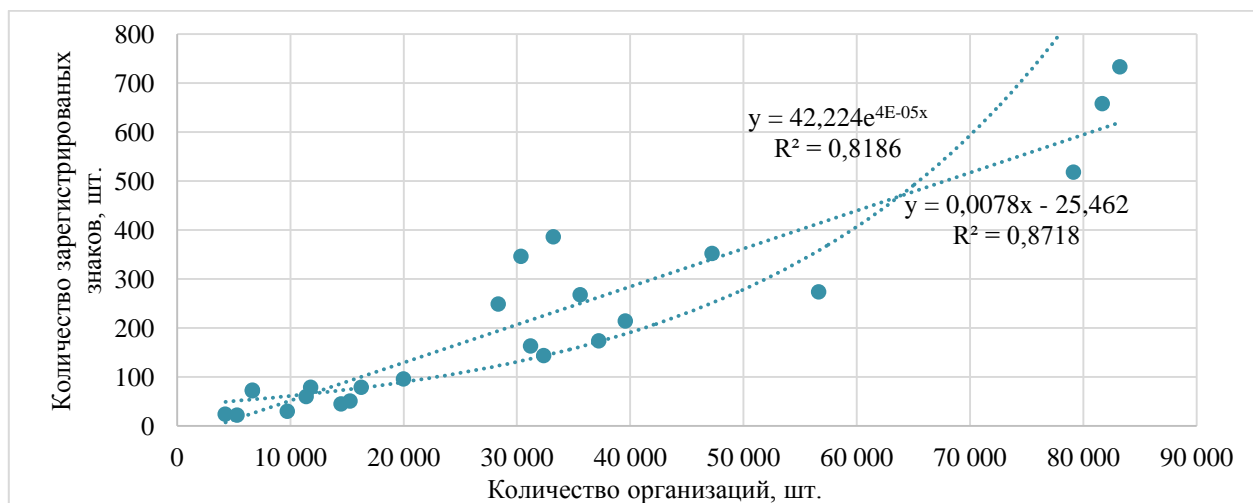


Рисунок 6 – Закономерность изменения количества зарегистрированных знаков в субъектах за 2020 год от общего количества организаций
Составлено авторами на основе [7]

Выбранные субъекты можно разделить на три группы:
– совокупность, в которой количество организаций в субъекте не превышает 20

тыс. штук – 11 субъектов,
– совокупность, в которой количество организаций находится в диапазоне от 25 тыс. до 60 тыс. штук – 10 субъектов,

– совокупность, в которой количество организаций составляет около 80 тыс. штук – 3 региона.

При этом отметим, что наиболее подходящим вариантом описания потенциально имеющийся зависимости является линейная линия тренда, ведь коэффициент детерминации равен 0,87, в то время как аналогичный коэффициент при построении экспоненциальной кривой равен 0,82, что соответствует значению, полученному в анализе показателей по федеральным округам с условием от-

деления Москвы от своего региона. Оба полученных коэффициента, как и в прошлых случаях, говорят о том, что зависимость, скорее всего, существует, но остается неясным порядок увеличения количества товарных знаков и знаков обслуживания от числа организаций: линейный или степенной.

Поскольку в третью группу показателей на графике вошли всего три региона, то попробуем найти существующую зависимость уже без учета этих субъектов на Рисунке 7.

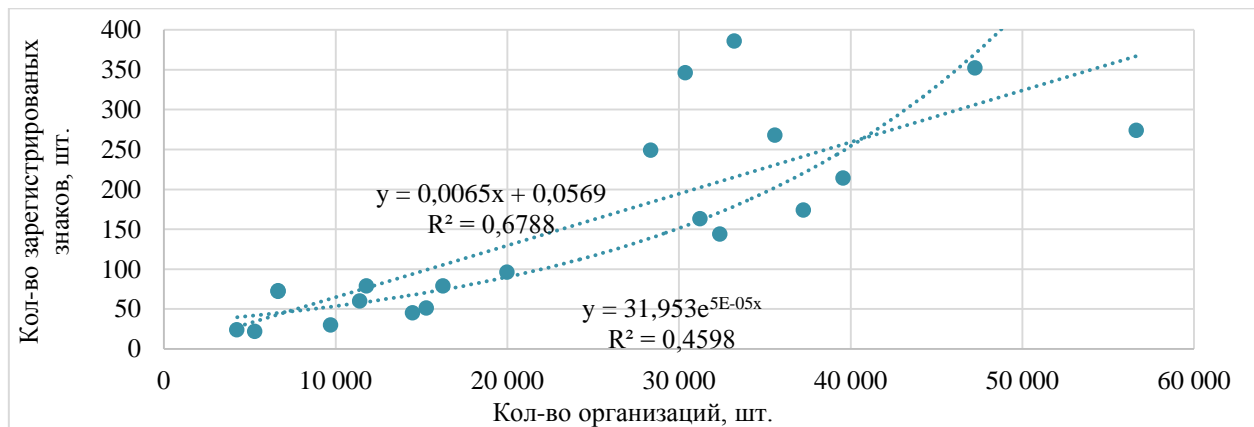


Рисунок 7 – Закономерность изменения количества зарегистрированных знаков в субъектах без учета трех регионов третьей группы за 2020 год от общего количества организаций
Составлено авторами на основе [7]

Отметим, что после исключения из выборки трех субъектов ситуация существенно изменилась. Теперь коэффициенты детерминации для линейной и экспоненциальной линии тренда равны 0,68 и 0,46 соответственно, что говорит о средней степени зависимости между двумя изучаемыми показателями. При этом коэффициент детерминации для степенной зависимости сократился в два раза, что говорит о том, что его использование применимо только к малой выборке по федеральным округам, а для описания региональных показателей лучше подойдет линейная линия тренда, однако и она не отображает реальную картину. Поэтому можно лишь сделать вывод о том, что чем больше организаций находится в субъекте или федеральном округе, тем больше на его территории зарегистрировано товарных знаков или знаков обслуживания, но описать данную зависимость конкретным статистическим способом не представляется возможным.

Выводы. Динамика количества действующих свидетельств на товарные знаки и знаки обслуживания с 2014 по 2020 год положительная и может быть предельно точно описана соответствующей линией тренда. Количество таких охранных документов, исходя из построенной линейной прямой, ежегодно в среднем увеличивается на 28 880 штук.

Динамика количества поданных заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания с 2014 по 2020 год также ежегодно увеличивается, однако это увеличение неравномерно (от 0,5% в 2015 году до 15% в 2019 году).

Лидерами по регистрации товарных знаков и знаков обслуживания являются Москва, Московская область и Санкт-Петербург, при этом в последнем из субъектов наблюдается самый маленький коэффициент регистрации – 1,38. Выдвинутая гипотеза о наличии возможной зависимости меж-

ду количеством организаций в определенном регионе и количеством зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания подтвердилась частично. Закономерность действительно существует, то есть с увели-

чением числа организаций в определенном регионе увеличивалось количество зарегистрированных товарных знаков и знаков обслуживания, однако построить четкую математическую модель зависимости не удалось.

Список источников

1. Гирш Л.В., Соловьева Д.В. Инновационный подход к развитию внутреннего брендинга в интеллектоёмких компаниях: внедрение и оценка // Экономика. Право. Инновации. 2020. № 2. С. 55–57.
2. Namuk Ko. Patent-trademark linking framework for business competition analysis // *Computers in Industry* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0166361519311169> (in Eng.).
3. Garan E. Trademarks and advertisement: functional and linguistic-cultural aspects // Гуманитарные и социальные науки. 2017. № 6. С. 128–134. (In Eng.).
4. Бабушкина А.Н. Товарные знаки: заявка и экспертиза заявки на товарный знак // Международный студенческий научный вестник. 2020. № 2. С. 159.
5. Башук А. Семь настоящих причин зарегистрировать товарный знак в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/legal/87115-sem-nastoyashchih-prichin-zaregistrirovat-tovarnyy-znak-v-rossii>
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 11.06.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2021) // Собрание законодательства РФ. 2008. Ст. 1478.
7. Роспатент. Годовой отчет за 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet-2020-ru.pdf>
8. Федеральная служба государственной статистики // Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

References

1. Girsh L.V., Solovieva D. V. An Innovative Approach to the Development of Internal Branding in Intellect-intensive Companies: Implementation and Evaluation. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2020. No. 2. pp. 55–57. (In Russ.).
2. Namuk Ko. Patent-trademark Linking Framework for Business Competition Analysis. *Computers in Industry*. Available at <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0166361519311169>
3. Garan E. Trademarks and Advertisement: Functional and Linguistic-cultural Aspects. *Gumanitarnije i sotsialnije nauki*. 2017. No. 6. pp. 128–134.
4. Babushkina A.N. Trademarks: Application and Examination of a Trademark Application. *Mezhdunarodnyj studencheskij nauchnyj vestnik*. 2020. No. 2. pp. 159. (In Russ.).
5. Bashuk A. Seven Real Reasons to Register a Trademark in Russia. Available at: <https://vc.ru/legal/87115-sem-nastoyashchih-prichin-zaregistrirovat-tovarnyy-znak-v-rossii> (In Russ.).
6. The Civil Code of the Russian Federation (part four) of 18.12.2006 N 230-FZ (ed. of 11.06.2021) (with amendments and additions, intro. effective from 01.08.2021). *Collection of Legislation of the Russian Federation*. 2008. Art. 1478. (In Russ.).
7. Rospatent. Annual Report for the 2020 Year. Available at: <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet-2020-ru.pdf> (In Russ.).
8. Federal State Statistics Service. *Official site*. Available at: <http://www.gks.ru/> (In Russ.).