



THE VALUE OF THE COLLATERAL IN THE EXCLUSIVE RIGHT AND THE PROBLEMS OF LEGAL SUPPORT OF THE CREDITOR'S CLAIMS TO IT

Zafar Babakulov

Doctor of Philosophy in Legal Sciences (PhD)

СТОИМОСТЬ ЗАЛОГА В ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОМ ПРАВЕ И ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТРЕБОВАНИЯ КРЕДИТОРА К НЕМУ

Зафар Бабакулов

Доктор философии по юридическим наукам (PhD)

Аннотация

одно из условий, обеспечивающих развитие исключительных прав залога, определяется тем, что лица рассматривают интеллектуальную собственность как действительно ценную собственность. Именно за счет правильного и целевого использования нематериальных объектов модернизируются экономические отношения. В статье анализируются некоторые аспекты этих договорных отношений в рамках настоящего исследования. В частности, исследование оценки товарного знака, законодательство и практика зарубежных стран в области регистрации права залога, условий и методов осуществления мониторинга в отношении товарного знака в качестве залога, основания взыскания и механизма принудительного исполнения относительно товарных знаков. По результатам исследования будут разработаны рекомендации и предложения по применению права залога.

Ключевые слова: кредитор, должник, товарный знак, исключительное право, оценка, мониторинг, регистрация, Германия, США, Великобритания, ответственность.

В настоящее время стратегическими и наиболее подходящими клиентами-заемщиками для банков (долгосрочными потенциальными партнерами) являются компании со своими уникальными технологиями и методами. В условиях современной экономики любое производство, способное создавать и реализовывать инновационные идеи, способно конкурировать на рынке.

Высокий уровень рыночной конкуренции в настоящее время, отражается, прежде всего, в глобализации экономики, концентрации частной собственности и производства, а также в слияниях и поглощениях компаний. Компании обеспечивают свое конкурентное преимущество,

обладая уникальными методами, технологиями, исследовательскими разработками, изобретениями, полезными моделями, промышленными образцами, товарными знаками, ноу-хау, которые относятся к категории интеллектуальной собственности.

Стоимость интеллектуальной собственности может быть выше стоимости собственного оборудования предприятия, сырья, текущих запасов готовой продукции, а в некоторых случаях равна стоимости компании. Во многих странах с развитой инновационной экономикой стоимость компаний может зависеть от стоимости нематериальных активов, которые



они предлагают в качестве обеспечения по кредитным обязательствам.

Право залога на исключительные и другие объекты интеллектуальной собственности - это новые правовые отношения для законодательства Узбекистана, которые ставят достаточные теоретические и практические вопросы при применении закона. Основной задачей настоящего исследования – является разработка обоснованных предложений по изучению нематериальных активов в применении исключительных прав по залогу, обеспечение стабильности стоимости залога, страхование исключительных прав, порядок и методы контроля залогодателем стоимости залога, взыскание и принудительное исполнение залога.

Требования договора о залоге исключительных прав обычно регулируются на основании правил, установленных Гражданским кодексом Республики Узбекистан и Законом о залоге. По общему мнению, предметом договора залога исключительных прав является не результат интеллектуальной деятельности или средство персонализации, а применимое право к нему. Стоимость вещи, юридически гарантированной по договору залога (товарный знак, название компании, доменное имя, знак обслуживания и т.д.), должна быть соразмерна с исполнением обеспеченного залогом обязательства. То есть стоимость залога должна быть оценена, а залогодатель должен иметь возможность беспрепятственного взыскания в случае неисполнения обязательств залогодателя. Условия и порядок уступки прав по обращению взыскания на предмет залога осуществляются по взаимному соглашению сторон.

Ответственность должника за неисполнение обязательства определяется на основании факта регистрации права залога. Залог исключительных прав должен пройти государственную регистрацию и быть оформлен в письменной форме.

Практически во всех странах регистрация залога осуществляется через ведомства интеллектуальной собственности [1]. В частности, в Узбекистане залог исключительных прав регистрируется в Агентстве интеллектуальной собственности. Однако, в исключительных случаях права на незарегистрированные товарные знаки также могут быть переданы в залог. Это положение закреплено в Законе о частной собственности Великобритании 1994 года. Согласно закону, при заключении договора ипотеки, залогодатель должен гарантировать, что право интеллектуальной собственности принадлежит только ее владельцу, что залог защищен от

внешних рисков и что это право не подлежит взысканию за долги [2]. Кроме того, необходимо указать согласие залогодателя на передачу незарегистрированных прав интеллектуальной собственности третьему лицу в случае неисполнения обязательства, указанного в договоре. Последующая передача прав без этого согласия осуществляется только в судебном порядке [3].

Согласно п. 395 английского Закона о юридических лицах 1985 г. все юридические лица Великобритании обязаны регистрировать залог любых объектов, находящихся в их собственности (залог земельных участков, гудвилл, обязательственных прав, а также интеллектуальных прав в любой из предусмотренных английскими законами форм – fixedcharge или floatingcharge), в Палате по регистрации юридических лиц (Companies House) [4].

Наряду с Реестром заложенного имущества юридических лиц в Великобритании существуют так называемые специальные залоговые реестры (Specialistregistries) для некоторых видов имущества (земельные участки, морские, воздушные суда, а также зарегистрированные патенты, товарные знаки и полезные модели). В отношении интеллектуальных прав таким реестром является Реестр Службы по интеллектуальной собственности (Intellectual Property Office).

Такая двойная регистрация залога интеллектуальных объектов специалистами расценивается как серьезная проблема для право применения. Предлагается создать единый реестр на основе реестра залога имущества юридических лиц, в котором необходимо указывать все данные о заложенных правах на объекты интеллектуальной собственности [5].

В США регистрация залога исключительных прав осуществляется в Службе по регистрации патентов и товарных знаков США (the United States Patent and Trademark Office), при этом не имеет значения, зарегистрированы товарные знаки или нет, залог права на товарный знак обязателен для государственной регистрации.

В США также имеется удвоение регистрации залога исключительных прав, так как стороны в отношении одного и того же объекта могут зарегистрировать залог в федеральном реестре либо реестре штата. В связи с этим для большинства специалистов является спорным вопрос о приоритете законодательства о регистрации. Для решения данного вопроса американские специалисты предлагают регистрировать залог исключительного права



одновременно путем подачи заявления Секретарю штата и в Службу по регистрации патентов и товарных знаков США [6].

Согласно немецкому Закону о товарных знаках договор залога интеллектуального права на товарный знак может быть зарегистрирован в государственном реестре Органа по товарным знакам и патентам (Deutsches Patentund Markenamt) по соглашению сторон.

Таким образом, действительность договора залога не связывается с фактом его регистрации. Основной практической целью регистрации договора залога исключительного права по смыслу законодательства Германии является упрощенный порядок последующей передачи права при неисполнении правообладателем основного обязательства, который называется «добросовестным» приобретением права [7].

Однако гарантия исполнения обязательства должником не вытекает из условий, связанных с установлением его подлинности. Предмет залога должен быть в первую очередь сбалансирован с обязательством, полученным должником. Для этого в договоре может быть установлена компетенция залогодержателя требовать от залогодателя контроля за реализацией залоговых исключительных прав.

Важным условием договора залога исключительных прав является оценка предмета залога и его устойчивость гарантированы должником. Определение стоимости предмета залога должно быть определено по соглашению сторон. В связи с этим, соглашаясь с мнением О. Окюлова, конкретные критерии денежной оценки интеллектуальной собственности не ясны. Рынок - главный арбитр стоимости. Однако на рынке интеллектуальной собственности и продавец - собственник, и покупатель - потребитель должны исходить из научных и экономических критериев, а не с их собственной субъективной точки зрения. По мнению О. Окюлова критерием оценки интеллектуальной собственности является:

- стоимость затраты создание интеллектуальное собственности;

- способность правовой защиты объектов интеллектуальной собственности (патентован, зарегистрирован);

- эффект от применения объекта интеллектуальной собственности (включая качество товара, повышение конкурентоспособности, экономия затрат и т.п.);

- рыночная стоимость аналогичных объектов того же типа;

- социальная выгода, которая может быть получена при использовании, применении

объекта интеллектуальной собственности (экологические, эргонометрический и т.п.);

- дополнительные расходы, связанные с применением объекта интеллектуальной собственности, в том числе премии, подлежащие выплате авторам [8]. Данные критерии оценки рассматриваются сторонами договора залога отдельно и устанавливаются на договорной основе.

В отличие от Узбекистана в Российской Федерации Министерством экономического развития 22 июня 2015 года принят Федеральный стандарт «Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов». Данный стандарт применяется в отношении оценки нематериальных активов, не имеющих материально-вещного характера, которые по своей экономической эффективности приносят его владельцу материальную выгоду. В частности, при оценке товарного знака в качестве предмета залога также действуют правила данного стандарта.

При оценке в Российской Федерации как предмета залога исключительного права на товарный знак по стандарту «Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов» предусматриваются:

- анализ рынка оценки товарного знака и рынка производства и реализации продукции с его использованием, а также других внешних факторов, влияющих на стоимость товарного знака;

- анализ экономического состояния региона и других факторов, влияющих на рынок оценки товарного знака;

- экономическая эффективность при оценке товарного знака, преимущество на право пользования;

- состояние текущего использования товарного знака, анализ показателей производства и реализации продукции с его использованием в будущем. Также в дополнение к этим критериям также можно включить:

- объем правовой охраны товарного знака, срок, круг охраняемых территорий, режим случая ограничения использования исключительных прав в отношении товарного знака;

- объем оценки права на товарный знак;

- совокупный комплекс объектов, входящих в состав оценки товарного знака.

Оценка товарного знака в качестве предмета залога по стандарту Российской Федерации «Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов» осуществляется по трем подходам:



- 1) доходный подход;
- 2) сравнительный подход;
- 3) затратный подход.

Использование доходного подхода осуществляется при условии возможности получения доходов (выгод) от использования товарного знака. Доходом от использования товарного знака является разница за определенный период времени между денежными поступлениями и денежными выплатами (далее - денежный поток), получаемая правообладателем за предоставленное право использования товарного знака.

Доходный подход к оценке товарных знаков промышленных предприятий основан на расчете экономических выгод, связанных с получением прибыли за счет рассматриваемых нематериальных активов, не отраженных на балансе предприятия и обеспечивающих прибыль на активы или собственный капитал выше среднеотраслевого уровня [9].

В доходном подходе основными формами денежных поступлений являются платежи за предоставленное право использования товарного знака. Исходя из этого основными формами выгод от товарного знака являются экономия затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) и/или на инвестиции в основные и оборотные средства, в том числе фактическое снижение затрат, отсутствие затрат на получение права использования товарного знака (например, отсутствие лицензионных платежей, отсутствие необходимости выделения из прибыли наиболее вероятной доли лицензиара); увеличение цены единицы выпускаемой продукции (работ, услуг); увеличение физического объема продаж выпускаемой продукции (работ, услуг); снижение выплат налогов и (или) иных обязательных платежей; сокращение платежей в счет обслуживания долга; снижение риска получения денежного потока от использования объекта оценки; улучшение временной структуры денежного потока от использования объекта оценки; различные комбинации указанных форм.

В доходном подходе определение рыночной стоимости товарного знака, основанное на дисконтировании, включает основные процедуры как определение величины и временной структуры денежных потоков, создаваемых использованием товарного знака; определение величины соответствующей ставки дисконтирования; расчет рыночной стоимости товарного знака путем дисконтирования всех денежных потоков, связанных с использованием товарного знака.

Использование сравнительного подхода осуществляется при наличии достоверной и

доступной информации о ценах аналогов объекта оценки и действительных условиях сделок с ними. При этом может использоваться информация о ценах сделок, предложений и спроса. Определение рыночной стоимости товарного знака с использованием сравнительного подхода осуществляется путем корректировки цен аналогов, сглаживающей их отличие от оцениваемого товарного знака. Определение рыночной стоимости с использованием сравнительного подхода включает основные процедуры как определение элементов, по которым осуществляется сравнение товарного знака оценки с аналогами; определение по каждому из элементов сравнения характера и степени отличий каждого аналога от оцениваемой товарного знака; определение по каждому из элементов сравнения корректировок цен аналогов, соответствующих характеру и степени отличий каждого аналога от оцениваемой товарного знака; корректировка по каждому из элементов сравнения цен каждого аналога, сглаживающая их отличия от оцениваемой товарного знака; расчет рыночной стоимости товарного знака путем обоснованного обобщения скорректированных цен аналогов.

К элементам сравнения относятся факторы стоимости оценки товарного знака (факторы, изменение которых влияет на рыночную стоимость оценки товарного знака) и сложившиеся на рынке характеристики сделок с товарного знака. Наиболее важными элементами сравнения, как правило, являются объем оцениваемых имущественных прав на товарный знак; изменение цен на товарный знак за период с даты заключения сделки с аналогом до даты проведения оценки; отрасль, в которой были или будут использованы товарные знаки; территория, на которую распространяется действие предоставляемых прав; физические, функциональные, технологические, экономические характеристики аналогичных с оцениваемым объектом; спрос на продукцию, которая может производиться или реализовываться с использованием товарного знака; наличие конкурирующих предложений; относительный объем реализации продукции (работ, услуг), произведенной с использованием товарного знака; срок полезного использования товарного знака; уровень затрат на освоение товарного знака; условия платежа при совершении сделок с товарного знака; обстоятельства совершения сделок с товарного знака.

Затратный подход к оценке товарного знака на определении затрат, необходимых для восстановления или замещения объекта оценки с учетом его износа. Определение рыночной



стоимости с использованием затратного подхода включает основные процедуры, как определение суммы затрат на создание нового объекта, аналогичного объекту оценки; определение величины износа объекта оценки по отношению к новому аналогичному объекту оценки; расчет рыночной стоимости объекта оценки путем вычитания из суммы затрат на создание нового объекта, аналогичного объекту оценки, величины износа объекта оценки.

Методы затратного подхода достаточно универсальны, то есть практически всегда могут быть применены на практике. Основное их достоинство – достаточно точное определение совокупных затрат [10].

В немецком законодательстве существует три основных метода экономической оценки интеллектуальных прав. Рыночный метод (Vergleichspreismethode) состоит в том, что кредитор определяет стоимость интеллектуального права путем сравнения со стоимостью данного права в аналогичных сделках. По другому методу (Lizenzgebührenvergleich) за стоимость интеллектуального права принимается стоимость использования этого права, которую оплачивает правообладателю третье лицо по лицензионному договору. Согласно третьему методу оценки интеллектуального права (Ergebnisbeitragsmethode), в Германии оценивается вклад интеллектуального права в деятельность организации, т.е. несколько возросла стоимость предприятия благодаря использованию интеллектуального права [11].

Модели и методы оценки стоимости бренда, применяемые в зарубежной практике, могут быть систематизированы в две группы – это методы экономического прогнозирования и методы непосредственно оценки стоимости бренда. Методы экономического прогнозирования основаны на использовании следующих основных инструментов:

- 1) многофакторный анализ развития бренда на разных этапах жизненного цикла;
- 2) специальные программы компьютерного моделирования.

В результате агрегирования всех показателей, участвующих в капитализации (характеризующих ценность и качественное состояние капитала бренда), формируется своеобразный индекс развития бренда (BrandDevelopmentIndex, BDI), используемый многими компаниями в стратегическом управлении. Наибольшее развитие за рубежом получили следующие модели экономического прогнозирования ценности бренда:

- модель Brand Equity Ten Дэвида Аакера;

- модель Brand Dynamics;
- модель Brand Assets Valuator;
- конверсионная модель компании Taylor Nelson Sofres (TNS);
- метод Brand Z;
- метод Brand Capital;
- метод Imager Power [12].

Модели Brand Equity Ten и Brand Assets Valuator отражают подход, называемый Brand Equity, основанный на понятиях «активы и пассивы бренда», которые должны быть связаны с именем и/или символами бренда. Изменение имени или символов бренда, по мнению сторонников данного подхода, затрагивает некоторые или даже все активы и обязательства, которые или переходят (частично или полностью) к новым имени и символам, или уничтожаются.

Модель Brand Assets Valuator (BAV), разработанная компанией Young & Rubican, основана на мультикритериальной оценке стратегического развития бренда. Данная модель описывает размещение на рынке какого-либо бренда, независимо от товарной категории, страны производителя и «возраста», на основе четырех основных критериев, которые тесно связаны с возможностью обеспечить рост прибыли компании и, соответственно, повысить ценность продукта для владельца.

Конверсионная модель компании (conversion model) компании Taylor Nelson Sofres (TNS) основана на выявлении потребительских предпочтений по четырем параметрам:

- 1) соответствие бренда потребностям, или степень удовлетворенности брендом (NeedsFit);
- 2) вовлеченность потребителя в принятие решения о покупке, или насколько существен выбор марки (Involvement);
- 3) отношение к альтернативам, или насколько привлекательны для потребителя конкурирующие бренды (Disposition to Alternatives);
- 4) противоречивость выбора, или насколько потребители «разрываются» между привлекательностью аналогичных брендов в категории (Ambivalence).

Метод BrandZ разработан специалистами группы компаний WPP Group и также служит для измерения силы и потенциала бренда. Он основан на глубинных интервью с респондентами, изучение ответов которых позволяет определить основные причины лояльности к бренду, а также отказа от его приобретения. Полученные данные используются для корректировки стратегий брендов в портфеле компании, в том числе коммуникационных.

Метод Brand Capital также основан на глубинных интервью с респондентами, на основе которых оценивается отношение потребителей к бренду и его способность усиливать взаимоотношения



между потребительскими аудиториями, своеобразное «притяжение» бренда (brandmagnetism). Метод позволяет выявить отношение потребителей к бренду как лидеру категории, рост его популярности и степень уникальности в категории и служит основой для принятия стратегических решений [13].

Метод ImagePower предложен компанией LandorAssociates, позволяет выявить параметры, определяющие силу бренда, в частности такие, как функциональность бренда, культура бренда, позиционирование бренда, атрибуты бренда.

В зарубежной практике значение мониторинга кредитного риска в последнее время постоянно возрастает в связи с увеличением концентрации кредитных рисков [14].

Мониторинг залога — это комплекс мероприятий, направленных на обеспечение контроля за количественными, качественными и стоимостными характеристиками предмета залога, а также за его правовой принадлежностью, условиями его хранения и содержания с целью минимизации залоговых рисков.

Основной целью мониторинга залога исключительного права на товарный знак является определение соответствия параметров залогового имущества, условий его содержания и эксплуатации тем требованиям, которые указаны в договоре о залоге. Основопологающей задачей мониторинга залогового имущества является своевременное выявление каких-либо фактов или предпосылок снижения количественных и качественных параметров товарного знака, а также иных нарушений условий договора о залоге, с целью формирования комплекса мероприятий по защите интересов банка в области залогового обеспечения кредита.

Мониторинг залога исключительных прав осуществляется независимо от того, установлен или не установлен договором по требованию залогодателя. В ходе мониторинга будут изучены требования внутренних потребителей и внешних потребителей к товарному знаку, являющемуся предметом залога. По результатам изучения требования залогополучателем уточняется, что стоимость товарного знака на рынке падает или увеличивается в обратную сторону. По результатам мониторинга, если стоимость предмета залога падает, кредитор вправе требовать от должника дополнительного залога иного имущества или расторгнуть договор.

Мониторинг проводится на постоянной основе или периодически залогополучателем или по соглашению третьими лицами. Не требуется предупредить залогодателя о проведении мониторинга. На наш взгляд, при мониторинге

товарного знака, в котором находится предмет залога, залогодержатель должен обратить внимание на следующие аспекты:

- состояние повышения или снижения качества продукции под товарным знаком;
- потребность потребителей на товарные знаки;
- затраты на реализацию мер (рекламы), направленных на повышение имиджа товарного знака;
- обновление техники и технологии, используемые в производстве продукции;
- круг лиц, использующих товарный знак по лицензионному договору;
- сравнение с качеством продукции владельца товарного знака идентичности продукции лиц, производящих продукцию с использованием того же товарного знака;
- снижение или повышение цены продукции;
- объем экспорта продукции под товарным знаком;
- увеличение или уменьшение продукции-конкурента на продукцию под товарным знаком;
- расширение или уменьшение территории реализации продукции под товарным знаком и др.

По результатам мониторинга залогодатель приобретает право требования к залогополучателю, так как залогодержатель должен в первую очередь обезопасить себя от угрозы причинения вреда. Это напрямую связано с предметом залога. Именно мониторинг способствует выявлению негативных факторов, влияющих на падение стоимости предмета залога.

По результатам мониторинга заложник вправе требовать от заложника предотвращения выявленных недостатков. А должник обязан выполнить эти требования, если это возможно. Однако некоторые требования залогодержателя не должны выполняться залогодателем, если эти требования не повлияют на снижение стоимости предмета залога. К примеру, если бренд не рекламируется и его репутация на рынке стабильна, товар может храниться как товар без изменения технологии производства, объема экспорта из других источников, даже если объем экспорта сокращается, служит для поддержания стоимости залога и т.д.

По договору залога должник должен выполнить обязательства по договору перед кредитором. Стоимость предмета залога служит гарантией обеспечения залога. Взыскание на заложенное имущество для удовлетворения требований залогодержателя (кредитора) может



быть обращено в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения должником обеспеченного залогом обязательства по обстоятельствам, за которые он отвечает (статья 26 Закона о залоге).

Соответственно, в случае неисполнения должником (залогодателем) принятого на себя обязательства, залогодержатель вправе удовлетворить денежное требование посредством реализации исключительных прав. Таким образом, происходит реализация имущества, залогодержатель получает возможность исполнения обязательства, оставшаяся сумма после реализации имущества передается залогодателю. Стоит отметить, что залогодержатель наделен преимущественным правом удовлетворения требований перед иными кредиторами.

Отсутствие единого правила исчисления ущерба, причиненного установлению гражданско-правовой ответственности за ущерб, причиненный исключительно правообладателю, и взыскания его с должника на счет кредитора вызывает некоторые проблемы правоприменительной практики. О. Окюлов оценивает данную ситуацию, в случае, если оценить объект так сложно, то можно представить, насколько сложно подсчитать ущерб, причиненный в результате правонарушения, связанного упущенной выгодой [15].

В настоящее время, с целью более эффективного применения залога исключительных прав как способа обеспечения обязательств, требуется более детальная разработка целого ряда вопросов. К ним можно отнести отсутствие детальной регламентации процедуры реализации предмета залога, то есть, исключительных прав. На сегодняшний день, действует общий порядок, применяющийся к реализации иного имущества (торги). При отсутствии четкого законодательного регулирования в юридической литературе высказывались противоположные точки зрения в отношении договора, которые должны быть оформлены в форме обращения взыскания на заложенное исключительное право и соответственно переход указанного права залогодержателю. При этом большинство авторов отрицали возможности применения в данном случае конструкции договора купли-продажи. Так, например, А.В. Латынцев указывал, что «по результату публичных торгов заключается договор уступки права требования, а не договор купли-продажи» [16]. В.В. Ветринской отмечал, что «применительно к залогом прав «товарность» означает возможность реализации залога путем

уступки соответствующего требования» [17]. Действительно, имущественные исключительные права не могут выступать объектом договора купли-продажи, направленного на передачу правомочий собственности, поскольку указанные правомочия не применимы в отношении имущественных прав. Как верно отмечал Е.Н. Васильева, «исключительное право в корне отличается от других видов имущественных прав, которые могут быть предметом залога. Оно является исключительным правом, а не относительным правом обязательственного характера, каким является, в частности, право лицензиата, т.е. содержит права требования к конкретному должнику». В этой связи переход к другому лицу, в том числе в порядке обращения взыскания на него как на предмет залога, не может осуществляться на основании сессионного соглашения [18].

Таким образом, в результате обращения взыскания на заложенное исключительное право, его реализация должна быть осуществлена путем заключения договора об отчуждении исключительного права. При этом залогодатель должен совершить все необходимые юридические и фактические действия по передаче или предоставлению права залогодержателю или иному лицу, в том числе регистрацию соответствующего договора.

Заключение.

В период развития современных экономических отношений конфликт взаимных интересов происходит больше в виртуальном мире, чем в материальном. Реализация прав на нематериальные объекты носит несколько более сложный характер, чем материальные. В частности, реализация права залогодателем и залогодержателем в отношении залога исключительных прав отличается от реализации права на обычное материальное имущество. В рамках этих регулируемых отношений необходимо оценивать предмет залога, обращение взыскания на предмет залога, одновременно пользование предметом залога залогодержателем, залогодателем и третьими лицами и т.п. Каждое отношение имеет специфический регулируемый характер.

До настоящего момента в Узбекистане не применен залог исключительных прав. Однако в практике иностранных государств значительно развиты гражданско-правовые отношения данного типа.

Исходя из вышеупомянутого исследования, можно выдвинуть следующие предложения по совершенствованию отношений применения залога исключительных прав:



1. Оценка товарного знака при залоге исключительных прав должна основываться в соответствии с рыночными требованиями. Основные моменты, которые следует учитывать в данном процессе:

- соотношение между стоимостью товарного знака в случае залога и стоимостью следующей оценки;

- затраченные денежные средства на проделанную залогодателем работу по повышению репутации бренда;

- разница между продукцией с товарным знаком и другим аналогичным товаром на рынке;

- соответствие качества продукции актуальным требованиям;

- производственный объем продукта под торговым знаком и др.

2. Залогодатель не должен препятствовать обращению взыскания на предмет залога. В случае неисполнения залогодателем залогового обязательства переход товарного знака на имя залогодержателя или третьего лица осуществляется в форме передачи прав, а не на основании договора купли-продажи.

Использованная литература

1. Code de la propriété intellectuelle (version consolidée au 23 février 2015). Available at: http://www.wipo.int/wipolex/ru/text.jsp?file_id=363403 (accessed: 29.01.2017). Dutch Civil Code, Book 3. Available at: <http://www.dutchcivillaw.com> (accessed: 08.02.2017). Livio Esposizione. IP rights and loan financing: Euro Livio Esposizione. IP rights and loan financing: European perspective. Available at: http://techlaw.org/wp-content/uploads/2011/05/110426_IP-rights-and-loan-financing_1.pdf (accessed: 29.01.2017). Loans & Secured Financing 2016 / Contributing editor George E Zobitz Cravath, Swaine & Moore LLP. London: LawBusiness Research Ltd, 2016. 120 p. Marshall J., Caldwell R., Cain B. Taking security over patents. Available at: <https://united-kingdom.taylorwessing.com/synapse/march14.html> (accessed: 29.01.2017).
2. Vanya Bromfield, John Runeckles. Taking Security over Intellectual Property: A Practical Overview // European Intellectual Property Review. – June 2006.
3. Adam Pierce. Perfecting security interests – overview // A legal Practical Support Tool. – 2013.
4. Bromfield V., Runeckles J. (2006) Taking Security over Intellectual Property: A Practical Overview // European Intellectual Property Review
5. Lacy J. (2010) The reform of UK personal property security law: comparative perspectives // Routledge Cavendish. P. 285, 286, 306, 315;

Демьянченко Д.А. Сравнительно-правовой анализ процедуры государственной регистрации залога исключительного права на товарный знак в законодательстве России и иностранных государств // Безопасность бизнеса. 2015. № 2

6. Knopf H.P. (2002) Security interests in intellectual property and enforcement issues – an insolvency perspective. Toronto
7. Ахмедов Г.А., Войничанис Е.А., Глазунова К.Д., Зайченко Н.В., Княгинина И.К., Королева И.А., Липатова Ю.А., Митягин К.С., Смирнова В.Р., Леонтьев К.Б., Евдокимова М.И., Савина В.С., Гурко А.В. Основные тенденции развития права интеллектуальной собственности в современном мире, в том числе новые объекты интеллектуальных прав и глобальная защита // «Российская венчурная компания». – М.: 2017. – 173.
8. Окюлов О. Интеллектуал мулк ҳуқуқий мақомининг назарий ва амалий муаммолари. – Тошкент: ТДЮИ, 2004. – Б.267-268.
9. Каширина Е.И. Развитие методологии оценки нематериальных активов: зарубежный и российский опыт // Финансовые исследования. 2009. № 4. – С. 74.
10. Черепанов В.Ю. Методические аспекты оценки стоимости бренда // Имущественные отношения в РФ. 2010. № 1 (100). – С. 40.
11. Masanori Ikeda Basik Study on the Intellectual Property Security System in Germany – Security Systems as Distribution and Management Schemes for Intellectual Property Rights // IIP Bulletin. – 2008.
12. Смородинская А. А. Анализ зарубежного опыта стоимости бренда // Вестник экономика. 2012. № 1. – С. 64.
13. Рудая Е.А. Основы бренд-менеджмента: учеб. пособие для студ. вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006.
14. Мосолова О.В. Развитие залогового механизма в системе кредитования. дисс. канд. юрид. наук. – М.: 2013. – С. 101.
15. Окюлов О. Интеллектуал мулк ҳуқуқий мақомининг назарий ва амалий муаммолари. Масъул муҳаррир Ҳ.Раҳмонқулов // – Т.: ТДЮИ, 2004. – Б.291.
16. Латынцев А.В. Обеспечение исполнения договорных обязательств. – М., 2002. – С. 85.
17. Брагинский М.И. Витрянский В.В. Договорное право. Книга первая: Общие положения. – 2-е изд. – М., 2005. – С. 417.
18. Васильева Е.Н. Указ. соч.