

МЕНЕДЖМЕНТ: СОВРЕМЕННЫЙ РАКУРС · MANAGEMENT: A MODERN PERSPECTIVE

Вестник МИРБИС. 2025. № 2 (42)'. С. 174–180.

Vestnik MIRBIS. 2025; 2 (42)': 174–180.

Научная статья

УДК: 339.137.2; 347.77

DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.2.20

Проблемы защиты интеллектуальных активов в индустрии моды

Вероника Ремовна Смирнова¹, Сергей Владимирович Чернявский², Белла Ибрагимовна Хутыз³,
Артём Алексеевич Пшеченков^{1,4}, Андрей Анатольевич Горб^{1,5}

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы защиты интеллектуальных активов в производстве модной продукции от инновационных текстильных материалов и фурнитуры до уникальных технологий раскроя и специализированного программного обеспечения. Особое внимание уделено проблемам недобросовестной конкуренции и защите от нее. Для защиты своих творческих достижений и коммерческого успеха производители применяют комплексный подход к правовой охране, используя различные инструменты интеллектуальной собственности. На основе проведенного анализа предлагается вводить режим коммерческой тайны на предприятиях индустрии моды.

Ключевые слова: индустрия моды, инновационное развитие, интеллектуальные активы, недобросовестная конкуренция, интеллектуальная собственность, коммерческая тайна.

Благодарности. Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы 11-ГЗ-2023 «Экономико-правовые проблемы импортозамещения и механизмы использования интеллектуальной собственности для их решения».

Для цитирования: Проблемы защиты интеллектуальных активов в индустрии моды / В. Р. Смирнова, С. В. Чернявский, Б. И. Хутыз, А. А. Пшеченков, А. А. Горб.

DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.2.20 // Вестник МИРБИС. 2025; 2: 174–180.

JEL: L81, M21, M31

Original article

Problems of protecting intellectual assets in the fashion industry

Veronika R. Smirnova⁶, Sergey V. Chernyavsky⁷, Bella I. Khutyz⁸, Andrey A. Pshechenkov^{6,9}, Andrey A. Gorb^{6,10}

Abstract. The article discusses the protection of intellectual assets in the production of fashion products from innovative textile materials and accessories to unique cutting technologies and specialized software. Particular attention is paid to the problems of unfair competition and protection from it. To protect their creative achievements and commercial success, manufacturers use a comprehensive approach to legal protection using various intellectual property tools. Based on the analysis, it is proposed to introduce a commercial secret mode at the enterprises of the fashion industry.

Key words: fashion industry, innovative development, intellectual assets, unscrupulous competition, intellectual property, commercial secret.

Acknowledgments. The article was prepared as part of the research work 11-GZ-2023 «Economic and legal problems of import substitution and mechanisms for using intellectual property to solve them».

For citation: Problems of protecting intellectual assets in the fashion industry. By V. R. Smirnova, S. V. Chernyavsky, B. I. Khutiz, A. A. Pshechenkov, A. A. Gorb. DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.2.20. Vestnik MIRBIS. 2025; 2: 174–180 (in Russ.).

1 Российская государственная академия интеллектуальной собственности, Москва, Россия.

2 ЦЭМИ РАН, Москва, Россия. vols85-85@mail.ru

3 Адыгейский государственный университет, Майкоп, Россия.

4 <https://orcid.org/0009-0007-0881-901X>

5 <https://orcid.org/0009-0004-3397-4175>

6 Russian State Academy of Intellectual Property, Moscow, Russia.

7 Central Economic and Mathematics Institute of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia. vols85-85@mail.ru

8 Adyghe State University, Maykop, Russia.

9 <https://orcid.org/0009-0007-0881-901X>

10 <https://orcid.org/0009-0004-3397-4175>

Введение

В процессе создания модной продукции компании создается широкий спектр интеллектуальных активов: от инновационных текстильных материалов и фурнитуры до уникальных технологий раскроя и специализированного программного обеспечения. Особое значение приобретают элементы дизайна — оригинальные принты, вышивки, коллекции и лекала, которые формируют узнаваемый стиль бренда [Александрова 2021].

Для защиты своих творческих достижений и коммерческого успеха производители применяют комплексный подход к правовой охране, используя различные инструменты интеллектуальной собственности.

Наиболее эффективным механизмом защиты выступает товарный знак — специальное обозначение, которое индивидуализирует товары конкретного производителя на рынке. Получив свидетельство на товарный знак, компания получает мощный инструмент для защиты всей своей продуктовой линейки, включая одежду, обувь, аксессуары и сопутствующие товары.

Однако в динамично развивающейся сфере моды существуют определенные вызовы. Особенно это касается сегмента Fast Fashion, где скорость вывода продукции на рынок критически важна. Сезонность коллекций, особенно заметная в сегменте джинсовой одежды, требует оперативного реагирования на тренды, что создает определенные сложности с обычной последовательностью регистрации товарных знаков.

Инструменты и методы вывода продукции на рынок

Сегодня регистрация товарного знака, затрагивающего другой класс товаров, может идентифицироваться как недобросовестная конкуренция (пример — товарный знак бренда Lacoste).

В рассматриваемом деле компания Lacoste, обладающая зарегистрированным товарным знаком в виде силуэта крокодила для товаров 25-го класса (одежда), столкнулась с использованием схожего обозначения в отношении товаров другого класса. ООО «Модный дом» зарегистрировало товарный знак, визуально похожий на логотип Lacoste, для товаров, не относящихся к одежде.

Lacoste подал иск, указывая на недобросовестную конкуренцию и риск смешения брендов по-

требителями. В ходе разбирательства суд установил, что:

- использование схожего обозначения в другом товарном классе создает риск введения потребителей в заблуждение;
- действия ООО «Модный дом» могут быть квалифицированы как попытка «паразитирования» на известности чужого бренда;
- регистрация товарного знака в данном случае противоречит принципам добросовестной конкуренции.

В результате суд принял решение о признании регистрации товарного знака ООО «Модный дом» недействительной, мотивируя это тем, что:

1. Использование схожего обозначения в другом товарном классе является злоупотреблением правом;
2. Существует риск смешения брендов потребителями;
3. Действия ответчика противоречат принципам честной конкуренции [Давтян 2021].

Это дело демонстрирует важный правовой принцип: даже если товарный знак зарегистрирован для товаров другого класса, его использование может быть признано недобросовестной конкуренцией, если создает риск смешения с известным брендом и вводит потребителей в заблуждение.

Данный прецедент подчеркивает необходимость тщательного анализа ситуации при регистрации товарных знаков, особенно если они схожи с уже существующими брендами, даже если речь идет о разных товарных классах.

В рамках российского законодательства товарный знак (ТЗ) может быть представлен в различных формах: словесной, изобразительной, объемной или комбинированной. Важным аспектом является возможность регистрации ТЗ в любом цветовом решении или сочетании цветов.

Существенное изменение в законодательстве произошло в 2014 году, когда была введена возможность регистрации формы и дизайна изделия, включая его упаковку и цветовые характеристики. До этого момента существовала определенная ограниченность в защите этих элементов, что создавало сложности для брендов, так как эти характеристики являются неразрывно связанными с ними.

Ярким примером в данной области стала успешная регистрация таких параметров фирмой Christian Louboutin, зарегистрировавшей в качестве ТЗ красную подошву своих туфель [Бартош 2011].

В США аналогичный вид защиты предоставляется через механизм Trade dress, который был введен с принятием Lanham Act в 1946 году. Интересно отметить судебное разбирательство 2011 года между Christian Louboutin и Yves Saint-Laurent, где было установлено, что товарный знак первого бренда распространяется только на контрастные комбинации основного цвета обуви и красной подошвы. Создание монохромных моделей с красной подошвой не считается нарушением прав Christian Louboutin.

Отдельного внимания заслуживает практика регистрации имен дизайнеров в качестве товарных знаков. Хотя само по себе имя не может быть зарегистрировано как ТЗ, существует важное исключение: если имя приобрело различительную способность в результате длительного использования, оно может получить правовую защиту. Это хорошо иллюстрируют такие известные бренды как Gucci, Dior и Versace.

Показательным является судебное разбирательство, в котором суд запретил Паоло Гуччи, внуку основателя и бывшему главному дизайнеру бренда, использовать фамилию для маркировки своих изделий после ухода из семейного бизнеса. Это решение подчеркивает важность защиты товарных знаков, даже если они основаны на личных именах.

Помимо товарных знаков, производители могут использовать и другие способы защиты своих интересов:

- патентование промышленных образцов для охраны внешнего вида изделий;
- авторско-правовая защита графических и дизайнерских решений;
- охрана секретов производства (ноу-хау) для защиты технологических процессов и уникальных рецептур.

Каждый из этих инструментов имеет свои особенности применения и преимущества, позволяя создавать многоуровневую систему защиты интеллектуальных прав в модной индустрии [Мещерякова 2021].

Важно отметить, что современные тенденции рынка требуют гибкого подхода к выбору меха-

низмов защиты. Производители должны учитывать специфику своей деятельности, скорость обновления коллекций и целевую аудиторию при определении оптимальной стратегии охраны интеллектуальной собственности.

В условиях растущей конкуренции и глобализации рынка одежды надежная защита интеллектуальных прав становится не просто юридической формальностью, а необходимым условием успешного развития бизнеса. Правильно выстроенная система охраны интеллектуальной собственности позволяет не только предотвратить незаконное использование разработок, но и создает дополнительную ценность бренда, способствуя его устойчивому росту и развитию.

Способы охраны объектов интеллектуальной собственности

В современных условиях организация получения патента на промышленный образец в модной индустрии начинается с тщательного патентного поиска. После этого дизайнер или бренд подготавливает комплект изображений изделия, составляет подробное описание образца и оплачивает необходимые пошлины. Заявка подается в Роспатент, где проводится формальная экспертиза и экспертиза по существу [Хворостяная 2018].

Срок действия патента на промышленный образец составляет 5 лет с возможностью продления на тот же период, но не более 25 лет в общей сложности. При этом важно учитывать, что существенные признаки промышленного образца в моде могут включать особенности кроя, элементы декора, специфические детали фурнитуры, уникальные комбинации фактур и текстур материалов.

Российский дизайнерский бренд Mishka успешно защитил свои права на оригинальный дизайн сумки в суде. Причиной судебного разбирательства стало массовое производство компанией Fashion Nova сумки, схожей с зарегистрированным промышленным образцом Mishka.

Спор касался изделия с характерным силуэтом и особой фурнитурой, где существенными признаками были признаны конфигурация ручки, форма основания и элементы декора. Несмотря на попытки ответчика аргументировать различия второстепенными элементами, суд установил нарушение прав на промышленный образец.

В решении учитывалось не только использование существенных признаков образца, но и

схожее общее впечатление, производимое на потребителя. В результате суд обязал нарушителя прекратить производство контрафактной продукции, выплатить компенсацию в размере 100 000 рублей и уничтожить все незаконно изготовленные изделия.

При этом важно отметить, что защита промышленного образца не распространяется на технические решения, а касается исключительно внешнего вида изделия. Это делает патентование особенно привлекательным для защиты уникальных эстетических решений в моде, таких как:

- специфические элементы отделки одежды;
- уникальные формы аксессуаров;
- особые конфигурации элементов гардероба;
- оригинальные комбинации декоративных элементов.

В условиях современного рынка, где тренды меняются стремительно, а копирование становится всё более распространённым, защита промышленных образцов становится критически важным инструментом для сохранения конкурентоспособности модных брендов. При этом особое значение приобретает своевременность подачи заявки на патент, поскольку новизна образца определяется на дату его приоритета [Нестерова 2024].

Для успешной защиты своих прав брендам необходимо не только своевременно оформлять патенты на промышленные образцы, но и проводить регулярный мониторинг рынка на предмет возможных нарушений. В случае выявления нарушений, правообладатель может обратиться в суд с иском о защите прав на промышленный образец, что подтверждается многочисленными примерами из судебной практики.

В сфере интеллектуальной собственности особое место занимает авторское право, которое защищает результаты творческой деятельности в области науки, литературы и искусства. В контексте модной индустрии это касается не только дизайнерских коллекций, но и сопутствующих элементов: принтов, узоров, декоративных элементов одежды и аксессуаров.

Особенности защиты авторских прав в модной индустрии имеют свою специфику. В США, например, прямой дизайн одежды не охраняется авторским правом, однако декоративные элементы, принты и уникальные детали могут быть защищены. Это создает определенную правовую

коллизию, когда модельеры могут копировать силуэты и формы, но не имеют права использовать оригинальные художественные элементы.

Ярким примером защиты авторских прав в модной индустрии стало судебное разбирательство между World Tricot и Chanel. В этом деле компания World Tricot подала иск против модного дома Chanel за использование модели вязаного жакета, разработанного истцом для совместной коллекции 2005 года. Примечательно, что в роли нарушителя выступил один из крупнейших игроков индустрии моды, что подчеркивает важность соблюдения авторских прав даже для ведущих брендов.

Другой интересный прецедент связан с делом Louis Vuitton против Tiffany & Co, где рассматривалось использование сходной эстетики в дизайне сумок. Суд встал на сторону Louis Vuitton, признав копирование уникальных дизайнерских решений.

В современной практике модной индустрии защита авторских прав становится все более актуальной в связи с развитием онлайн-торговли и появлением множества копий и подделок. Дизайнеры активно используют различные механизмы защиты: от регистрации товарных знаков до судебных исков против нарушителей [Гумерова 2021].

Особую роль играет защита цифровых активов — виртуальных коллекций одежды и NFT-проектов в модной индустрии. Здесь формируются новые правовые подходы к определению авторства и защите интеллектуальной собственности в цифровом пространстве.

Ноу-хау в модной индустрии: особенности защиты производственных секретов

В современном мире моды защита интеллектуальной собственности приобретает особую актуальность. Так, в модной индустрии такой защите подлежат уникальные технологии обработки тканей, специальные методы окрашивания, новаторские способы конструирования и особенности производственных процессов. Не менее важной составляющей являются списки ключевых клиентов и партнеров, а также разработанные методы оптимизации производства.

Ярким примером защиты прав на ноу-хау стало дело Louis Vuitton против бывшего сотрудника в 2014 году. Компания потребовала компенсацию в размере 500 тысяч долларов США за разглаше-

ние производственных секретов конкуренту — бренду Coach.

Также можно привести пример компании Valentino. В 2018 году модный дом успешно защитил свои производственные секреты от бывшего дизайнера, который пытался использовать запатентованные техники работы с кожей и уникальные методы конструирования обуви. Суд поддержал Valentino, признав нарушение прав на интеллектуальную собственность.

Модный дом внедрил комплексную систему защиты конфиденциальной информации, включающую электронные пропуска с разными уровнями доступа и строгие соглашения о неразглашении для всех сотрудников. Особое внимание уделяется хранению чертежей и технических спецификаций в специальной базе данных, а также регулярным тренингам по защите интеллектуальной собственности.

Valentino тщательно охраняет свои уникальные методы работы с кожей, специальные техники конструирования обуви и проприетарные технологии отделки. К производственным секретам также относятся фирменные детали конструкций и секреты создания фурнитуры, которые являются важной частью конкурентного преимущества бренда [Андропова 2025].

Особое значение в модной индустрии приобретают также рецепты специальных составов для обработки материалов, программное обе-

спечение для проектирования одежды и методы контроля качества. Важными элементами защиты становятся специфические приемы работы с определенными материалами, которые передаются от поколения к поколению мастеров и являются настоящим достоянием бренда.

Выводы и рекомендации

Брендам крайне важно заключать соглашения о неразглашении с сотрудниками и вводить режим коммерческой тайны на предприятии. Не менее значимым аспектом является разработка внутренних регламентов по работе с конфиденциальной информацией и проведение регулярного аудита защищенности производственных секретов. Ведение тщательной документации по всем уникальным разработкам также становится неотъемлемой частью системы защиты интеллектуальной собственности.

В условиях растущей конкуренции защита ноу-хау становится критически важным аспектом успешного развития модных брендов. Компании, уделяющие особое внимание сохранению конфиденциальности своих производственных секретов, получают значительное конкурентное преимущество на рынке.

Таким образом, ноу-хау в модной индустрии представляет собой комплексный феномен, требующий системного подхода к защите и грамотной юридической проработки всех аспектов конфиденциальности.

Список источников

1. Александрова 2021 — Александрова Е. А. Проблемы права интеллектуальной собственности в индустрии моды. EDN: MVXTXB // Право и правосудие в современном мире: актуальные проблемы публичного и частного права : сборник научных статей молодых исследователей. Санкт-Петербург : Астерион, 2021. 600 с. С. 437–443. ISBN: 978-5-00188-053-0.
2. Андропова 2025 — Андропова А. О. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности в индустрии моды: механизмы защиты дизайнерских идей, брендов и торговых марок . EDN: MNPMCB // Студенческий научный форум 2025 : сборник статей XV Международной научно-практической конференции, Пенза, 17 января 2025 года. Пенза : Наука и Просвещение, 2025. 338 с. С. 162–165. ISBN: 978-5-00236-705-4.
3. Бартош 2011 — Бартош Е. В. Управление интеллектуальной собственностью в индустрии моды : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук : 08.00.05. Москва, 2011. 184 с.
4. Гумерова 2022 — Гумерова Г. И. Креативные индустрии как площадки управления объектами интеллектуальной собственности в цифровой экономике: учебно-методический подход цифровых платформ / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. EDN: IUPIIB // Самоуправление. 2022; 5:329–332. ISSN: 2221-8173 .
5. Давтян 2021 — Давтян А. М. Дизайнерские решения в индустрии моды как объекты права интеллектуальной собственности. DOI: 10.48200/1829-0450_2021_1_28. EDN: RXIAJJ // Вестник Российско-Армянского (Славянского) университета: гуманитарные и общественные науки. 2021; 1:4. ISSN: 1829-0450.

6. Мещерякова 2021 — Мещерякова А. Товарный знак как способ защиты интеллектуальных прав в индустрии моды. EDN OZZISD // Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики : Сборник научных трудов IX Международного юридического форума (IP Форум), Москва, 12–13 февраля 2021 года. Том 1. Москва : Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА), 2021. 379 с. С. 329–331. EDN: GSZZJS.
7. Нестерова 2024 — Нестерова А. О. Заключение лицензионных договоров как основной способ легального использования объектов интеллектуальной собственности в индустрии моды. EDN: FOFVZC // Актуальные проблемы частного права в контексте современных научных исследований : Сборник материалов Всероссийского конкурса научно-исследовательских работ обучающихся по программам высшего образования, Санкт-Петербург, 10 января — 01 апреля 2024 года. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. 298 с. С. 134–139. ISBN: 978-5-7310-6417-0.
8. Хворостяная 2018 — Хворостяная А. С. Стратегические аспекты управления интеллектуальной собственностью в индустрии моды. DOI: 10.18184/2079-4665.2018.9.4.546-559. EDN: YSTOJV // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие) = MIR (Modernization. Innovation. Research). 2018; 9(4):546–559. ISSN: 2079-4665; eISSN: 2411-796X.

References

1. Aleksandrova E. A. Problemy prava intellektual'noy sobstvennosti v industrii mody [Problems of Intellectual Property Law in the Fashion Industry]. EDN: MVXTXB. *Pravo i pravosudiye v sovremennom mire: aktual'nyye problemy publichnogo i chastnogo prava* [Law and Justice in the Modern World: Current Problems of Public and Private Law] : a collection of scientific articles by young researchers. St. Petersburg : Asterion Publ., 2021. 600 p. Pp. 437–443. ISBN: 978-5-00188-053-0 (in Russ.).
2. Andropova A. O. Pravovaya okhrana ob»yektov intellektual'noy sobstvennosti v industrii mody: mekhanizmy zashchity dizaynerskikh idey, brendov i togovykh marok [Legal Protection of Intellectual Property in the Fashion Industry: Mechanisms for Protecting Designer Ideas, Brands, and Trademarks]. EDN: MNPMCB. *Studencheskiy nauchnyy forum 2025* [Student Scientific Forum 2025] : Proceedings of the 15th International Scientific and Practical Conference, Penza, January 17, 2025. Penza : Nauka i prosveshcheniye Publ., 2025. 338 p. pp. 162–165. ISBN: 978-5-00236-705-4 (in Russ.).
3. Bartosh E. V. *Upravleniye intellektual'noy sobstvennost'yu v industrii mody* [Intellectual Property Management in the Fashion Industry] : dissertation for the degree of Candidate of Economic Sciences: 08.00.05. Moscow, 2011. 184 p. (in Russ.).
4. Gumerova G. I. Kreativnyye industrii kak ploshchadki upravleniya ob»yektami intellektual'noy sobstvennosti v tsifrovoy ekonomike: uchebno-metodicheskiy podkhod tsifrovyykh platform [Creative Industries as Platforms for Managing Intellectual Property Objects in the Digital Economy: An Educational and Methodological Approach of Digital Platforms]. By G. I. Gumerova, E. Sh. Shaimieva. EDN: IUPIIB. *Samoupravleniye*. 2022; 5:329–332. ISSN: 2221-8173 (in Russ.).
5. Davtyan A. M. Dizaynerskiye resheniya v industrii mody kak ob»yekty prava intellektual'noy sobstvennosti [Design Solutions in the Fashion Industry as Objects of Intellectual Property Law]. DOI: 10.48200/1829-0450_2021_1_28. EDN: RXIAJJ. *Vestnik Rossiysko-Armyanskogo (Slavyanskogo) universiteta: gumanitarnyye i obshchestvennyye nauki*. 2021; 1:4. ISSN: 1829-0450 (in Russ.).
6. Meshcheryakova A. Tovarnyy znak kak sposob zashchity intellektual'nykh prav v industrii mody [Trademark as a way to protect intellectual property rights in the fashion industry]. EDN OZZISD. *Pravovaya zashchita intellektual'noy sobstvennosti: problemy teorii i praktiki* [Legal protection of intellectual property: problems of theory and practice : Proceedings of the 9th International Legal Forum (IP Forum)], Moscow, February 12–13, 2021. Volume 1. Moscow : O. E. Kutafin Moscow State Law University (MSAL) Publ., 2021. 379 p. P. 329–331. EDN: GSZZJS (in Russ.).
7. Nesterova A. O. Zaklyucheniye litsenзионnykh dogovorov kak osnovnoy sposob legal'nogo ispol'zovaniya ob»yektov intellektual'noy sobstvennosti v industrii mody [Conclusion of license agreements as the main way of legal use of intellectual property in the fashion industry]. EDN: FOFVZC. *Aktual'nyye problemy chastnogo prava v kontekste sovremennykh nauchnykh issledovaniy* [Actual problems of private law in the context of modern scientific research] : Proceedings of the All-Russian competition of scientific research works of students in higher education programs, St. Petersburg, January 10 — April 01, 2024. St. Petersburg : St.

Petersburg State University of Economics Publ., 2024. 298 p. Pp. 134–139. ISBN: 978-5-7310-6417-0 (in Russ.).

8. Khvorostyanaya A. S. Strategicheskiye aspekty upravleniya intellektual'noy sobstvennost'yu v industrii mody [Strategic aspects of intellectual property management in the fashion industry]. DOI: 10.18184/2079-4665.2018.9.4.546-559. EDN: YSTOJV. *MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2018; 9(4):546–559. ISSN: 2079-4665; eISSN: 2411-796X (in Russ.).

Информация об авторах:

Смирнова Вероника Ремовна — доктор экономических наук, доцент, SPIN-код: 7010-5536, AuthorID: 438599;

Пшеченков Артём Алексеевич — магистрант; **Горб Андрей Анатольевич** — соискатель. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская государственная академия интеллектуальной собственности» (РГАИС), ул. Миклухо-Маклая, 55а, Москва, 117279, Россия.

Чернявский Сергей Владимирович — доктор экономических наук, профессор, SPIN-код: 7019-0434; AuthorID: 637860, ResearcherID: B-2780-2018, Центральный экономико-математический институт Российской Академии наук (ЦЭМИ РАН), Нахимовский проспект, 47, Москва, 117418, Россия.

Хутиз Белла Ибрагимовна — кандидат экономических наук, доцент, SPIN-код: 4761-1232, AuthorID: 530303, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Адыгейский государственный университет» (ФГБОУ ВО «КубГУ»), ул. Первомайская, 208, Майкоп, 385000, Россия.

Information about the authors:

Smirnova Veronika R. — Doctor of Economics, Associate Professor, SPIN-code: 7010-5536, AuthorID: 43859; **Pshechenkov Artem A.** — Master's student; **Gorb Andrey A.** — applicant. Russian State Academy of Intellectual Property (RGAIS), 55a Miklukho-Maklaya st., Moscow, 117279, Russia.

Chernyavskiy Sergey V. — AuthorID: 637860; ResearcherID: B-2780-2018, Central Economics and Mathematics Institute of the Russian Academy of Sciences (CEMI RAS), Nakhimovsky Prospekt, 47, Moscow, 117418, Russia.

Khutyz Bella I. — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, SPIN-code: 4761-1232, AuthorID: 530303, Adyghe State University, 208 Pervomayskaya St., Maykop, 385000, Russia.

Статья поступила в редакцию 10.05.2025; одобрена после рецензирования 27.06.2025; принята к публикации 27.06.2025. The article was submitted 05/10/2025; approved after reviewing 06/27/2025; accepted for publication 06/27/2025.