

Воронина Валерия Алексеевна,

студент,
кафедра анализа систем и принятия решений,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Фролова Юлия Владимировна,

студент,
кафедра анализа систем и принятия решений,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СЕРВИСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОВЕРКИ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ*Аннотация:*

Статья посвящена исследованию сервисов проверки словесных и изобразительных обозначений. В статье рассматриваются подходы к методике сравнения обозначений между собой. Приведены математические метрики сходства и различия обозначений. В статье описаны возможности онлайн-сервисов, позволяющих проводить проверку словесных и изобразительных обозначений. Рассмотрены интерфейсы сервисов, доступные инструменты для поиска, возможности автоматизированного сравнения обозначений с товарными знаками их базы данных. Авторы выделяют наиболее значимые критерии для оценки онлайн-сервисов и проводят анализ возможностей наиболее функциональных сервисов. В заключении статьи даются рекомендации по выбору и работе с онлайн-сервисами, предназначенными для проведения проверок словесных и изобразительных обозначений.

Ключевые слова:

Обозначение, товарный знак, поиск, проверка, сервис для проверки, сходство обозначений, средство индивидуализации.

Введение

Средства индивидуализации – обозначения, при помощи которых коммерческие фирмы и результаты их жизнедеятельности – товары, услуги или работы – идентифицируются среди множества других подобных объектов и приобретают уникальность.

Согласно Статье 1232 ГК РФ правовая охрана средствам индивидуализации предоставляется на основе их государственной регистрации, которую осуществляет Федеральной орган исполнительной власти «Роспатент» [1].

В качестве товарного знака могут быть зарегистрированы такие виды обозначений, как:

1. Словесные – сочетания букв, имеющие словесный характер, словосочетания, предложения, а также их сочетания.
2. Изобразительные – изображения живых существ, предметов, природных и иных объектов, композиций линий, пятен, любых фигур.
3. Комбинированные – это комбинации элементов разного вида обозначений: изобразительных, словесных, объемных и других обозначений.

Помимо вышеуказанных обозначений, закон позволяет регистрировать объемные обозначения, товарные знаки в виде звуковых сочетаний, ароматов и световых сигналов. Товарные знаки имеют ключевое значение для бизнеса, в связи с чем владельцы бизнесов сталкиваются с необходимостью государственной регистрации своих обозначений.

По статистике, около 30% поданных заявок на регистрацию обозначения получают отказ, на основании наличия тождественных или схожих до степени смешения зарегистрированных ранее товарных знаков [2]. В связи с чем, проведение предварительной проверки обозначения на предмет наличия схожих или тождественных ранее зарегистрированных товарных знаков позволит снизить риски отказа в его государственной регистрации.

Для снижения рисков отказа в государственной регистрации обозначения рационально применять метрики сходства и различия двух последовательностей, что позволяет автоматизировать процесс предварительной проверки обозначений. В настоящее время известно множество метрик, позволяющих оценить

различие или сходство исследуемых объектов, например:

1. Расстояние Хэмминга – метрика различия объектов одинаковой размерности; метрика измерения расстояния между двумя последовательностями. Метрикой для определения меры различия между двоичными векторами в векторном пространстве кодовых последовательностей – Расстоянием Хэмминга $d(x; y)$ между двумя двоичными последовательностями-ми – векторами: x и y , длины n называется число позиций, в которых они различны [3].

2. Расстояние Левенштейна – метрика сходства между двумя последовательностями; метрика измеряющая по модулю разность между двумя последовательностями символов. Расстояние Левенштейна определяется как минимальное количество односимвольных операций – вставки, удаления, замены, необходимых для превращения одной последовательности элементов в другую [4].

3. Сходство Джаро-Винклера – мера схожести для измерения расстояния между двумя последовательностями символов [5].

4. Коэффициент Сёрнсена – бинарная мера сходства. Коэффициент Серенсена создан для определения схожести любых множеств [6].

5. Алгоритм SIFT (масштабно-инвариантная трансформация признаков) – алгоритм выявления признаков в компьютерном зрении для выявления и описания локальных признаков в изображениях [7].

6. Перцептивный хэш-алгоритм. Хэш-алгоритмы основаны на генерации сравнимых хэшей. Данные, используемые для генерации хэша, выполняют роль источника случайных чисел – одинаковые данные дадут одинаковый результат, разные данные – разный результат [8].

На основании вышеперечисленных метрик разработаны сервисы для проведения проверок средств индивидуализации, позволяющие дать оценку возможности государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака.

Актуальность выбранной темы: «Аналитический обзор сервисов для проведения проверки средств индивидуализации», обоснована тем, что ранее выполненные сравнения аналогичных сервисов поверхностны, результаты анализов не позволяют в полной мере оценить их удобство и функциональность. В работе будет представлен обзор сервисов для проведения проверки средств индивидуализации, основанный на наиболее значимых критериях для оценки онлайн-сервисов, будут даны рекомендации по их выбору и работе с ними.

Основная часть

В текущий момент в сети Интернет представлены около пятнадцати сервисов для проведения проверки как словесных, так и изобразительных обозначений. Проведем анализ наиболее функциональных из них в рамках заданных критериев. В основу критериального подхода был положен принцип функциональности. Авторами выделены те функции сервисов, которые важны для самостоятельной проверки словесного или изобразительного обозначения перед подачей заявки на его регистрацию в качестве товарного знака. Для классификации и оценки функциональности сервисов были использованы следующие критерии: необходимость регистрации, доступность и бесплатность, возможность проверки словесного / изобразительного / комбинированного обозначения, варианты поиска товарного знака, интуитивно понятный интерфейс.

В статье рассмотрены и проанализированы доступные в сети Интернет сервисы – самые распространенные в соответствии с исследованием Интернет-портала «Российская газета» [9]:

1. Информационно-поисковая система ФИПС;
2. Сервис «Search.ai»;
3. Сервис «Brand Search»;
4. Сервис онлайн-проверки товарного знака от патентного бюро «Гардиум»;
5. Сервис «Линкмарк».

Первый критерий – необходимость регистрации. В настоящее время большинство сервисов не позволяют воспользоваться своими ресурсами без процедуры регистрации и авторизации. Информационно-поисковая система ФИПС (далее – ФИПС) – одна из немногих систем, позволяющих проверить обозначение без прохождения процедур регистрации и авторизации. При использовании сервиса «ФИПС» пользовательские возможности не ограничены – без регистрации доступны все возможности сервиса. Остальные рассмотренные сервисы: «Search.ai», «Brand Search», «Гардиум», «Линкмарк», доступны для использования без регистрации и авторизации с ограничением возможностей сервиса: результаты поиска позволяют просматривать и оценивать только разрешённое количество тождественных или схожих товарных знаков.

Существенное значение имеет бесплатность сервиса. Большинство рассмотренных сервисов, такие как «Search.ai», «Brand Search», «Гардиум», «Линкмарк», предполагают как бесплатное пользование услугами сервисов, так и платные тарифы. Использование платного тарифа позволяет проводить поиск по словесным или изобразительным обозначениям в базе данных товарных знаков или заявок, поданных на регистрацию в качестве товарных знаков, осуществлять мониторинг введенных запросов, взаимодействовать со специалистами сервиса, в случае необходимости получать консультацию по различным вопросам, связанным с процессом проверки или регистрации обозначения в качестве товарного знака.

Третий критерий – наличие возможности проверки словесного / изобразительного / комбинированного обозначения. Данный фактор имеет большое значение для пользователей сервиса, желающих зарегистрировать свое обозначение в качестве товарного знака. Важность фактора вызвана вариативностью разрабатываемых обозначений, требующих проверки перед началом их использования в бизнесе и до начала процесса регистрации.

Проверка обозначения перед началом регистрации, в свою очередь, необходима для минимизации вероятности отказа в регистрации по причине наличия схожих или тождественных ранее зарегистрированных товарных знаков. Отказ в регистрации товарного знака влечет за собой нежелательную трату средств, времени и сил, потраченных на продвижения товаров и услуг на рынке и на регистрацию обозначения.

Существующие сервисы: «ФИПС», «Search.ai», «Brand Search», «Гардиум», не позволяют проводить проверки по изобразительным и комбинированным обозначениям, проверку провести можно только для словесного обозначения. Сервис – «Линкмарк», в свою очередь, предоставляет возможность проводить поиски товарных знаков на тождество и сходство с любыми словесными или изобразительными обозначениями. Однако, проверка изобразительного обозначения проводится вручную путем сравнения обозначения с ранее зарегистрированными товарными знаками, классифицированными в соответствии с Венской классификацией – международная классификация изобразительных элементов товарных знаков.

Следующий критерий – варианты поиска товарного знака. Варианты поиска товарного знака различны: по слову/сочетанию букв, по правообладателю товарного знака, по номеру регистрации товарного знака, по номеру заявки, поданной на регистрацию, по коду венской классификации с целью поиска изобразительного обозначения, дате регистрации товарного знака / дате подачи заявки на регистрацию. Сервисы: «Search.ai», «Brand Search» и «Гардиум» позволяют проводить поиск исключительно по слову / сочетанию букв, иных возможностей для поиска сервисом не представлено. Сервис «Линкмарк» позволяет осуществлять поиск по наименованию обозначения, по изобразительному обозначению, используя коды Венской классификации, по номеру регистрации товарного знака / номеру заявки, поданной на регистрацию, по правообладателю товарного знака. К вышеперечисленным возможностям поиска сервисом «ФИПС» добавлены такие возможности, как поиск по дате подачи заявки / дате регистрации товарного знака, поиск по дате публикации товарного знака в реестре, поиск по дате истечения срока действия регистрации товарного знака. Во всех сервисах доступна возможность ограничения результатов поиска путем выбора класса в соответствии с международной классификацией товаров и услуг (далее – МКТУ).

Интуитивно понятный интерфейс – важный критерий для сервиса по проверке обозначений, так как частота использования сервиса конкретным пользователем достаточно низкая. Предполагается, что сервис будет использоваться предпринимателями по необходимости – в момент выбора и регистрации названия для бизнеса, в связи с чем время на обучение и погружение в сложный и нагруженный интерфейс должно быть минимизировано путем создания интуитивно понятного интерфейса.

Информационно-поисковая система «ФИПС» – поисковая система, позволяющая производить проверку по словесным и комбинированным товарным знакам из двух последних бюллетеней, изменение базы данных происходит два раза в месяц. Поиск товарных знаков по изображению отсутствует. При поиске товарных знаков производится поиск обозначений, совпадающих по написанию с заданным или похожих по написанию с ним. Система позволяет проводить «логический» и «нечёткий» поиск товарных знаков:

- «логический» – будут найдены документы, содержащие заданные термины запросы;
- «нечеткий» – поиск терминов, совпадающих с терминами запроса и/или похожих на них по написанию.

Интерфейс сервиса «ФИПС» выполнен в белом, синем и черном цветах. Окно «Поиск» представляет собой страницу, на которой расположены множество идентичных полей для ввода запроса – название; номер регистрации; дата подачи заявки; номер заявки и т.д. Окно «Результаты поиска» представляет собой набор удлиненных плашек, содержащих в себе информацию – номер регистрации; дата регистрации; изображение; название; процент схожести, о товарном знаке, подходящем под введенный запрос. В окне «Результаты поиска» существует возможность перехода между страницами с результатами поиска, отражены количество найденных товарных знаков и время, потраченное на поиск схожих или тождественных товарных знаков [10].

Сервис «Search.ai» – сервис, позволяющий производить поиск по словесным товарным знакам, а также выставлять на продажу и приобретать товарные знаки, представленные на площадке. Поиск производится по зарегистрированным товарным знакам и по поданным заявкам на регистрацию обозначений. Поиск товарных знаков по изображению отсутствует. Интерфейс сервиса «Search.ai» выполнен в белом, бледно-красном, бледно-желтом и черных цветах. Окно «Поиск» представляет собой страницу, на которой расположены поле для ввода словесного запроса и плашки, содержащие в себе текстовую информацию. Окно «Результаты поиска» представляет собой страницу, на которой расположены поисковая строка с ранее введенным запросом и датой поиска, плашки квадратной формы, содержащие в себе информацию о товарных знаках, удовлетворяющих запрос. В окне «Результаты поиска» существует возможность изменения варианта отображения результатов поиска – крупные иконки, мелкие иконки, список и т.д. [11].

Сервис «Brand Search» – онлайн-сервис простого и качественного поиска по базам товарных знаков, ЕГРЮЛ и доменов. Сервис позволяет проводить проверку словесных обозначений, используя такие источники данных, как реестр зарегистрированных товарных знаков и поданных заявок на регистрацию обозначений, названия компаний и домены, информация обновляется каждые 24 часа. Проверка исходного обозначения проводится с целью выявления тождественных и схожих до степени смешения с ним товарных знаков. Результаты поиска ранжируются: наиболее близкие обозначения – с высоким риском противопоставления их экспертом, отображаются в начале списка. Сервис осуществляет сопоставление кодов ОКВЭД и классов МКТУ, что позволяет заявителю упростить выбор классов МКТУ для проверки обозначения. Поиск товарных знаков по изображению отсутствует. Интерфейс сервиса «Brand Search» выполнен в белом, красном, сером и черных

цветах. Окно «Поиск» представляет собой страницу, на которой расположены поле для ввода словесного запроса, кнопки для перемещения по страницам сервиса и плашки, содержащая в себе текстовую информацию. Окно «Результаты поиска» представляет собой страницу, на которой расположена поисковая строка с ранее введенным запросом, плашка, содержащая в себе информацию о вероятности регистрации обозначения, введенного в строку поиска, плашки прямоугольной формы, содержащая в себе информацию о товарных знаках, удовлетворяющих запрос [12].

Сервис онлайн-проверки товарного знака от патентного бюро «Гардиум» – сервис, позволяющий провести проверку словесного обозначения и определить вероятность его государственной регистрации в Роспатенте. Поиск проводится по всем базам и реестрам ФИПС, названиям юр. лиц и доменным именам в режиме реального времени. Поиск товарных знаков по изображению отсутствует. Интерфейс сервиса «Гардиум» выполнен в белом, красном, синем и черных цветах. Окно «Поиск» представляет собой страницу, на которой расположены поле для ввода словесного запроса, кнопки для перемещения по страницам сервиса и плашки, содержащая в себе текстовую информацию. Окно «Результаты поиска» представляет собой страницу, на которой расположены поисковая строка с ранее введенным запросом, плашка, содержащая в себе информацию о вероятности регистрации обозначения, введенного в строку поиска, а также графическое отображение вероятности регистрации, плашки прямоугольной формы, содержащая в себе информацию о товарных знаках, удовлетворяющих запрос – изображение, класс МКТУ, вероятность противопоставления [13].

Сервис «Линкмарк» – сервис, предоставляющий возможность проводить проверку товарных знаков на тождество и сходство с любыми словесными или изобразительными обозначениями. Поиск также можно производить по правообладателям и получать информацию о принадлежащих им товарных знаках и поданных заявках, настраивать мониторинги по заявкам, товарным знакам или поисковым запросам, чтобы всегда получать актуальную информацию. Поиск проводится по таким базам (базы данных обновляются еженедельно), как зарегистрированные товарные знаки РФ, зарегистрированные НМПТ, признанные общеизвестными знаки, международные товарные знаки, регистрация которых распространяется на РФ, поданные заявки на товарные знаки РФ, ранее поданные заявки на НМПТ. Поиск можно производить по словесным, изобразительным и комбинированным обозначениям. При поиске по словесному обозначению запрос автоматически транслитерируется из кириллицы в латиницу и наоборот. Проверка изобразительного обозначения производится на основании Венской классификации – международная классификация изобразительных элементов товарных знаков. Интерфейс сервиса «Линкмарк» выполнен в белом, бирюзовом и черном цветах. Окно «Поиск» представляет собой страницу, на которой расположены поле для ввода словесного запроса, кнопки, позволяющие изменять вид поиска – по названию; по изображению; по номеру; по владельцу, кнопки для перемещения по страницам сервиса и плашки, содержащая в себе текстовую информацию. Окно «Результаты поиска» представляет собой страницу, на которой расположены поисковая строка с ранее введенным запросом, плашки удлиненной формы, содержащая в себе информацию о товарных знаках, удовлетворяющих запрос – изображение, номер регистрации, дата подачи заявки, дата регистрации, класс МКТУ, правообладатель. В окне «Результаты поиска» существует возможность изменения варианта отображения результатов поиска – иконки, список, также существует возможность изменять объем представленных в качестве результатов поиска товарных знаков путем выбора фильтров [14].

По результатам проведенного сравнения интерфейсов можно сделать вывод, что наиболее понятными для пользователей являются интерфейсы систем: «Линкмарк», «Search.ai», «Brand Search», «Гардиум». Работа в этих сервисах не требует долгого изучения интерфейса, к поиску товарных знаков можно приступить сразу после его открытия. Сервис «ФИПС» имеет недостаточно простой для понимания интерфейс: для того, чтобы приступить к проверкам обозначений потребуется время, чтобы верно настроить параметры поиска. Интерфейсы рассмотренных во время анализа сервисов имеют идентичные макеты, состоящие из поисковой строки и сопутствующих кнопок, позволяющих сузить область поиска.

В Таблице 1 приведен сравнительный анализ рассмотренных сервисов для проведения проверки средств индивидуализации.

Таблица 1 – Сравнительный анализ функциональных критериев сервисов.

№ п/п	Критерий	ФИПС	Search.ai	Brand Search	Гардиум	Линкмарк
1.	Необходимость регистрации	–	+	+	+	+
2.	Бесплатность	+	–	–	–	–
3.	Возможность проверки обозначения:					
3.1	<i>словесного</i>	+	+	+	+	+

3.2	<i>изобразительного</i>	–	–	–	–	+
3.2	<i>комбинированного</i>	–	–	–	–	+
4.	Варианты поиска товарного знака:					
4.1	<i>слово / сочетание букв</i>	+	+	+	+	+
4.2	<i>правообладатель</i>	+	–	–	–	+
4.3	<i>номер регистрации</i>	+	–	–	–	+
4.4	<i>номер заявки</i>	+	–	–	–	+
4.5	<i>код венской классификации</i>	–	–	–	–	+
4.6	<i>дата регистрации / подачи заявки на регистрацию / публикации / истечения действия</i>	+	–	–	–	–
5	Интуитивно понятный интерфейс	–	+	+	+	+

Подводя итог, можно сказать о том, что для проведения проверки обозначения лучше воспользоваться сервисом «Линкмарк», данный сервис позволяет проводить поиск более качественно – с заданными параметрами, не расходуя временные ресурсы на погружение и изучение нагруженного интерфейса. Сервис позволяет проводить поиск как словесных, так и изобразительных товарных знаков. Запрос, состоящий из слов / сочетаний букв, автоматически транслируется из кириллицы в латиницу и наоборот, результаты поиска автоматически ранжируются в порядке – от наиболее схожего товарного знака к наименее схожему. Сервис позволяет проводить поиск по правообладателю, номеру регистрации товарного знака и номеру заявки, поданной на регистрацию товарного знака. Интерес выполнен в белом и бирюзовом цветах – данное цветовое сочетание ассоциируется у пользователя с надежностью и уверенностью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) [Текст]: от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ – 2006.
2. Статистика регистрации товарных знаков. URL: <https://www.znakoved.ru/digests/25022023/> (дата обращения: 12.01.2024).
3. Питерсон У., Уэлдон Э. Коды, исправляющие ошибки. Изд. «Мир» – Москва, 1976. – 236 с.
4. Метод Левенштейна. URL: https://spravochnik.ru/informatika/metod_levenshteyna/?ysclid=li96mouh99224030240 (дата обращения: 12.01.2024).
5. Сходство Джаро-Винклера. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Сходство_Джаро_—_Винклера (дата обращения: 12.01.2024).
6. Трасс Х.Х Геоботаника. История и современные тенденции развития. Наука. – Санкт-Петербург, 1976. – 252 с.
7. Алгоритм SIFT. URL: <https://habr.com/ru/articles/106302/> (дата обращения: 12.01.2024);
8. Перцептивный хэш-алгоритм. URL: <https://habr.com/ru/articles/237307/> (дата обращения: 12.01.2024).
9. Исследование Интернет-портала «Российская газета». URL: <https://rg.ru/2023/12/25/proverka-tovarnogo-znaka-na-unikalnost.html> (дата обращения: 12.01.2024)
10. Информационно-поисковая система ФИПС. URL: <https://www.fips.ru/iiss/search.xhtml> (дата обращения: 12.01.2024).
11. Сервис «Search.ai». URL: <https://tmsearch.ai/> (дата обращения: 12.01.2024).
12. Сервис «Brand Search». URL: <https://brand-search.ru/> (дата обращения: 12.01.2024).
13. Сервис онлайн-проверки товарного знака от патентного бюро «Гардиум». URL: <https://legal-support.ru/services/trademarks/online-proverka-tovarnogo-znaka/> (дата обращения: 12.01.2024).
14. Сервис «Линкмарк». URL: <https://linkmark.ru/> (дата обращения: 12.01.2024).

Voronina Valeria Alekseevna,

student,

department of systems analysis and decision making,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

Frolova Yulia Vladimirovna,

student,

department of systems analysis and decision making,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

ANALYTICAL REVIEW OF SERVICES FOR VERIFICATION OF MEANS OF INDIVIDUALIZATION

Abstract:

The article is devoted to the study of services for checking verbal and visual designations. The article discusses approaches to the methodology of comparing designations with each other. Mathematical metrics of similarity and difference of designations are presented and analyzed. The article describes the possibilities of online services that allow checking verbal and visual designations. The interfaces of the services, the available search tools, and the possibilities of automated comparison of designations with trademarks of their database are considered in detail. The authors identify the most significant criteria for evaluating online services and analyze the capabilities of the most functional services. In conclusion, the article provides recommendations on choosing and working with online services designed to check verbal and visual designations.

Keywords:

Designation, trademark, search, verification, verification service, similarity of designations, a means of individualization.