

Международный издательский центр  
«Этносоциум»

**И.В. Батыков**

**Проблемы экспертизы  
товарных знаков  
при защите прав  
потребителей  
и предпринимателей**

Москва 2018

УДК 347.772  
ББК 65.262.2я73  
ISBN 978-5-907021-21-1

### **Рецензенты:**

**Болтенкова Л.Ф.**, доктор юридических наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

**Власов В.И.**, доктор юрид. наук, профессор.

### **Батыков И.В.**

Проблемы экспертизы товарных знаков при защите  
прав потребителей и предпринимателей:  
Монография. – М.: Международный издательский центр  
«Этносоциум», 2018. 204 с.

В монографии рассматривается ряд проблем, встающих в теории и практике экспертизы товарных знаков в связи с ее основными правовыми функциями: защитой прав потребителей и предпринимателей. Анализируются отдельные наиболее важные для раскрытия темы аспекты функционирования института товарных знаков, дается классификация видов экспертизы, аргументируется особая роль социологической экспертизы товарных знаков как канала коммуникации между потребителями с одной стороны и предпринимателями и государственными органами – с другой. Исследуются правовые и организационные аспекты экспертизы товарных знаков вообще и социологической экспертизы в частности. Предлагается и на конкретных примерах иллюстрируется подход к автоматизации экспертизы товарных знаков, который может повысить эффективность реализации ее основных правовых функций.

ISBN 978-5-907021-21-1

© Батыков И.В., 2018.

© Международный издательский центр «Этносоциум», 2018.

# Содержание

Введение.....	5
---------------	---

## Глава 1.

### **Правовые и организационные основания использования экспертизы товарных знаков для защиты прав потребителей и предпринимателей**

1.1. Классификация направлений экспертизы товарных знаков.....	10
1.2. Значение мнения потребителей в экспертизе товарных знаков.....	14
1.3. Выбор исполнителя экспертизы товарных знаков.....	28
1.4. Планирование экспертизы товарных знаков.....	43

## Глава 2.

### **Аспекты функционирования института товарных знаков**

2.1. Теоретико-правовые основы охраны товарных знаков....	54
2.2. Репутация производителя как предпосылка индивидуализирующей функции товарного знака.....	65
2.3. Личные имена как средства индивидуализации.....	71

## Глава 3.

### **Обеспечение обоснованного принятия решений в экспертизе товарных знаков**

3.1. Критерии обоснованности решений.....	78
3.2. Общественная поддержка решений.....	83
3.3. Достижение баланса прав потребителей и предпринимателей.....	87

## Глава 4.

### **Правовые и организационные основания использования социологической экспертизы товарных знаков**

4.1. Социологическая экспертиза как вид доказательств.....	98
4.2. Ценообразование социологической экспертизы.....	105
4.3. Защита прав участников социологических опросов.....	109

4.4. Использование интернет-опросов в экспертизе товарных знаков.....	111
4.5. Определение необходимого и достаточного объема выборки.....	114

## **Глава 5.**

### **Экспертиза смешения товарных знаков с точки зрения потребителей**

5.1. Обзор методических подходов к экспертизе смешения с точки зрения потребителей.....	119
5.2. Формулировка вопроса о смешении средств индивидуализации в сознании потребителей.....	123
5.3. Определение уровня сходства, достаточного для вывода о наличии смешения.....	134
5.4. Роль сходства до степени смешения с точки зрения потребителей в арбитражных судах.....	147
5.5. Требования арбитражных судов к экспертизе смешения с точки зрения потребителей.....	154
5.6. Оценка убытков, возникающих в результате сходства до степени смешения.....	160

## **Глава 6.**

### **Перспективы автоматизации экспертизы товарных знаков**

6.1. Общий подход к автоматизации экспертизы.....	167
6.2. Извлечение правовой информации из баз данных о поведении потребителей.....	169
6.3. Методика автоматизированного установления однородности.....	173

<b>Заключение.....</b>	<b>183</b>
------------------------	------------

<b>Основные использованные нормативно-правовые источники.....</b>	<b>189</b>
---	------------

<b>Список использованной литературы.....</b>	<b>192</b>
--	------------

# Введение

Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» среди национальных целей определяет вхождение страны в число пяти крупнейших экономик мира, обеспечение темпов экономического роста выше мировых при сохранении макроэкономической стабильности, создание в базовых отраслях экономики высокопроизводительного экспортно ориентированного сектора, для чего Правительству поручается, в частности, решить задачу улучшения условий ведения предпринимательской деятельности. Одним из основных институтов, обеспечивающих развитие экономики и улучшение условий предпринимательства в современной мировой экономической системе, является интеллектуальная собственность. В развитых странах уже к началу 90-х годов 20-го века доля регулируемых авторским правом отраслей экономики в ВВП превышала вклад отдельных традиционных индустрий, таких как автомобильная промышленность<sup>1</sup>, в связи с чем ее охрана приобрела исключительно высокое прикладное значение (став, в частности, одним из основных вопросов, обсуждавшихся при вступлении России в ВТО).

Теория прав собственности – одно из ведущих направлений в современном междисциплинарном изучении государства и права – предсказывает, что рост производства и импортозамещение в значительной степени зависят от эффективности юридической защиты производителей, в том числе, надежности системы защиты интеллектуальной соб-

---

<sup>1</sup> Фрейтас Д. Пиратство в сфере интеллектуальной собственности и меры борьбы с ним // Бюллетень по авторскому праву. Том XXVI, № 3. М.: Прогресс, 1993. С. 8.

ственности<sup>2</sup>. Она, в свою очередь, в значительной степени зависит от качества проводимой в различных ситуациях (при регистрации, оспаривании регистрации, спорах между правообладателями) экспертизы.

В настоящей монографии осуществляется правовой и организационно-методический анализ проблем экспертизы товарных знаков, встававших в многолетней практике работы Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН (в настоящее время – ФНИСЦ РАН) и ее партнеров. Идеи и подходы, изложенные в настоящей монографии, ранее обсуждались нами в ряде публикаций<sup>3</sup>. В силу этого обстоя-

2 См., например: Gould D. M., Gruben W. C. The role of intellectual property rights in economic growth // *Journal of Development Economics*. 1996. №2. P. 323–350; Kanwar S., Evenson R. Does intellectual property protection spur technological change? // *Oxford Economic Papers*. 2003. №2. P. 235–264; Intellectual property and development / Ed. by K.E. Maskus, C. Fink. New York: World Bank Publications, 2005; Branstetter L., Saggi K. Intellectual Property Rights, Foreign Direct Investment and Industrial Development // *The Economic Journal*. 2011. Vol. 121, Issue 555. P. 1161–1191.

3 В частности: Бабич Н. С., Батыков И. В. Формулировка вопроса о смещении средств индивидуализации в сознании потребителей: пути повышения качества информации // *Научные проблемы гуманитарных исследований*. 2012. №7. С. 141–149; Батыков И. В. Выбор исполнителя производства судебной социологической экспертизы оценки объектов интеллектуальной собственности // *Мир юридической науки*. 2012. №10. С. 72–79; Батыков И. В. Защита имён государственных и исторических деятелей: проблема использования распространённых фамилий // *Авторское право и смежные права*. 2012. №9. С. 22–28; Батыков И. В. Социологическая экспертиза объектов интеллектуальной собственности: проблема анонимности // *Теория и практика общественного развития*. 2012. №12. С. 569–572; Батыков И. В. Социологическая экспертиза смешения средств индивидуализации в сознании потребителя: обзор методических приёмов // *Биржа интеллектуальной собственности*. 2012. №9. С. 15–18; Батыков И. В. Ценообразование социологической экспертизы интеллектуальной собственности // *Биржа интеллектуальной собственности*. 2012. №12. С. 8–10; Батыков И. В. Объем выборки, достаточный для принятия решения о сходстве до степени смешения // *Гуманитарные науки в XXI веке / Ред. кол.: Н. М. Арсентьев, Н. В. Дергунова, П. С. Кабытов, И. А. Чуканов, Р. Б. Казакова. М.: Спутник+, 2013. С. 98–100; Батыков И. В. Автоматизированное определение сходства товарных знаков до степени смешения // *Управление мегаполисом*. 2013. №3. С. 92–95; Батыков И. В., Поспай Г. П. Опросный подход к оценке убытков правообладателей от сходства до степени смешения // *Вопросы экономики и права*. 2013. № 10. С. 30–32; Батыков И.В. Планирование социологической экспертизы средств индивидуализации // *Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление*. 2014. № 3 (46). С. 103–110; Батыков И.В. Метод эталонов в применении данных социологической экспертизы для принятия решений о нарушении законодательства // *Гуманитарные и социальные науки*. 2014. № 2. С. 853–856; Батыков И.В. Методы принятия решений о нарушении законодательства на основе данных социологической экспертизы // *Теория и практика общественного развития*. 2014. № 2. С. 422–424; Батыков И. В. Пороговые значения сходства товарных знаков для*

тельства вполне понятно, что наибольшее внимание получают вопросы, связанные с социологической экспертизой товарных знаков. Однако, как будет показано ниже, именно социологическая экспертиза в наибольшей степени оказывается связанной с балансом интересов предпринимателей и потребителей. Таким образом, содержательный акцент предпринятой работы оправдан и с точки зрения соответствия заявленной теме.

Цель предпринятого анализа состояла в том, чтобы по выявленным проблемам различных предметов экспертизы товарных знаков (различительная способность, сходство до степени смешения, широкая известность и ее юридические преимущества, возмещение убытков и компенсация за незаконное использование товарного знака, исчерпание прав на товарный знак) предложить некоторые основания для решения, позволяющие, по крайней мере, в будущем, описать юридическое состояние товарного знака с точки зрения баланса интересов собственника, других предпринимателей, потребителей соответствующих товаров и услуг и государства. Таким образом, закладывается основа разработки полноценного инструментария для анализа прав собственности на товарный знак в публично-правовом контексте предпринимательского права. Этот результат восполняет существенный пробел в российской юридической науке, поскольку до сих пор регулирование споров по товарным знакам формально ограничивается, в основном, интересами конкретных хозяйствующих субъектов, а соответствие товарного знака общественным интересам является специальным, достаточно экзотическим основанием для его оспаривания. В то же время суды и иные государственные органы не могут не учитывать и учитывают при принятии решений по товарным знакам интересы широкого круга лиц, однако зачастую вынуждены формулировать

---

установления наличия или отсутствия степени смешения // Интеллектуальная собственность: взгляд в будущее. Сборник материалов международной научно-практической конференции / Отв. ред. О. Ю. Митин. М.: РГАИС, 2014. С. 33-36; Батыков И.В. Роль социологических доказательств сходства до степени смешения в арбитражных судах // Копирайт. Вестник Российской академии интеллектуальной собственности. 2014. № 4. С. 63-71; Батыков И.В. Требования арбитражных судов к социологическим доказательствам сходства до степени смешения // Копирайт. Вестник Российской академии интеллектуальной собственности. 2015. № 1. С. 118-125.

свои выводы, опираясь на недостаточно разработанный понятийный и категориальный аппарат.

Представляется, что полученные выводы могут быть использованы для совершенствования правовых и организационных механизмов защиты прав потребителей и предпринимателей с использованием института товарных знаков, повышения эффективности государственной политики в области интеллектуальной собственности и развития конкуренции.

Наиболее явной теоретической основой предпринятого исследования является коммуникативная парадигма юриспруденции, рассматривающая право, прежде всего, как инструмент оптимизации социального обмена информацией<sup>4</sup>, в данном случае – обмена информацией между производителями, потребителями и государственными органами. Естественность обращения к коммуникативной парадигме обусловлена, спецификой всех логических частей рассматриваемой темы. Функционирование товарных знаков, по определению, подчиняется закономерностям семиотических (знаковых) систем, то есть, представляет собой коммуникативный феномен. Потребители при этом являются получателями информации, а производители – ее отправителями. Само же предпринимательство является деятельностью в условиях конкуренции, успех или неудача в которой в значительной степени зависит от существующего на рынке распределения информации. В то же время, на выводы и подходы исследования в значительной степени повлияли работы отечественных и зарубежных ученых Е. А. Ариевича, И. А. Близнеца, Г. Х. Боденхаузена, К. Д. Веркмана, Э. П. Гаврилова, О. А. Городова, Е. А. Данилиной, М. С. Дашяна, В. А. Дозорцева, В. Е. Китайского, В. В. Лаптева, Л. А. Новоселовой, В. В. Орловой, А. А. Шестимирова, и многих других.

Правовую основу исследования составили Конституция Российской Федерации; постановления Конституционного суда российской Федерации; Парижская конвенция по охране промышленной собственности; Ниццкое Соглашение о Международной классификации товаров и услуг для реги-

---

<sup>4</sup> Ван Хук М. Право как коммуникация. СПб.: Издательство СПбГУ, 2012; Поляков А. В. Общая теория права: проблемы интерпретации в контексте коммуникативного подхода. М.: Проспект, 2016.

## Введение

страции товарных знаков; Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности; Гражданский кодекс Российской Федерации; Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации; Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации; Федеральный закон «О защите конкуренции»; Закон «О защите прав потребителей»; разъяснения Верховного и Высшего Арбитражного судов Российской Федерации, изложенные в постановлениях, информационных письмах и обзорах судебной практики; постановления Правительства Российской Федерации; ведомственные акты Министерства экономического развития Российской Федерации, Федеральной антимонопольной службы и Федеральной службы по интеллектуальной собственности; отдельные законодательные акты и решения судов зарубежных стран.

**И.В. Батыков**

**Проблемы экспертизы  
товарных знаков  
при защите прав  
потребителей  
и предпринимателей**

Наш сайт: [www.etnosocium.ru](http://www.etnosocium.ru)

E-mail: [etnosocium@mail.ru](mailto:etnosocium@mail.ru)

Тел.: 8 (495) 708-3000

Необходимую научную литературу

Вы можете приобрести на сайте [www.etnosocium.ru](http://www.etnosocium.ru)

Оригинал-макет подготовлен

Международный издательский центр «Этносоциум»

Отпечатано в типографии

Международного издательского центра «Этносоциум»,

105066, Москва, Спартаковская ул., д. 19, стр. 3.

Зам. гл. ред. С.В. Чапкин

Корректор Е.А. Белоусова

Дизайн и верстка Т.А. Брик

Бумага офсетная № 1. Гарнитура Minion Pro.

Формат 60х90/16. Тираж экз. 500 Усл. п. л. 12,75

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР  
«ЭТНОСОЦИУМ»**

Журнал «ЭТНОСОЦИУМ и межнациональная культура»  
входит в перечень ВАК РФ

В составе редакционного совета ведущие государственные, общественные деятели, выдающиеся российские и зарубежные ученые. В работе журнала участвуют все регионы России, страны Латинской Америки, Китая, Европы. Журнал распространяется во всех органах государственной власти России (во всех регионах), в посольствах зарубежных стран и за рубежом.

**ИЗДАТЕЛЬСТВО ОСУЩЕСТВЛЯЕТ:**

создание, регистрацию, издание и продвижение журналов и альманахов; помощь во всех вопросах, в том числе в юридических, бухгалтерских, арендных, кадровых.

Редакционная подготовка

(литературное и техническое редактирование), дизайн.

Рецензенты и оппоненты, доктора наук и профессора.

Издаем книги, монографии, авторефераты, учебные пособия и др. на высоком уровне, нужным тиражом!

В процесс выпуска книги входит:

- \* доредакционная доработка (по желанию автора);
- \* редактирование;
- \* корректура;
- \* подготовка электронного макета;
- \* присвоение ISBN;
- \* присвоение кодов УДК, ББК и авторского знака;
- \* разработка дизайна обложки;
- \* печать тиража (различными способами: офсет, цифра);
- \* передача 16 экземпляров в Книжную палату;
- \* рассылка готового тиража по территории РФ.

Все изданные нами книги проходят рецензирование и квалифицированную предпечатную подготовку.

[www.etnosocium.ru](http://www.etnosocium.ru)  
тел: +7 (495) 708-30-00  
e-mail: [etnosocium@mail.ru](mailto:etnosocium@mail.ru)