

## ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТОВАРНОГО ЗНАКУ ТА ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ТОВАРНОГО ЗНАКУ

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*Запропоновано розглянути основні функції товарного знака та переваги при використанні товарного знака. Досліджено об'єкти інтелектуальної власності, зокрема промислової власності, а саме торгову марку, товарний знак (знак для товарів і послуг), логотип, бренд.*

**Ключові слова:** товарний знак, об'єкт власності, торгова марка.

### *Abstract*

*It is suggested to consider the main features of a trademark and the benefits of using a trademark. Such objects of intellectual property, including industrial property, as a trademark, trademark (trademark for goods and services), logo, brand are considered.*

**Keywords:** trademark, property, trademark.

### **Вступ**

Знак є тим основним об'єктом власності, призначення якого "виділити", отже, "рекламувати". Торгова марка вважається унікальним об'єктом інтелектуальної власності, оскільки за умови правильної підтримки її правомірного використання вона дає своєму власнику монополію на її застосування практично на необмежений час. Тому торгові марки є найважливішим елементом у стратегії накопичення капіталу компанії.

### **Результати дослідження**

Товарний знак – зареєстроване деяке позначення, яке буде поширюватися на загальний обсяг товарів і послуг для його відмінності від інших.

Товарний знак реєструється у відповідних державних установах і захищає права виробника – продавця на користування емблемою [2].

Марка виробників містить назву корпорації, підприємства, яка виробляє певний товар. Можуть також використовуватись спільні марки, що містять назву самої продукції, а не виробників чи дилерів. Нерідко виробники та дилери використовують стратегію множин марок, коли використовують як марку виробника, дилера, спільні марки. Це дає змогу контролювати марку, аж до назви продавця.

Знак є тим основним об'єктом власності, призначення якого "виділити", отже, "рекламувати".

Маркетологи виділяють чотири основні функції, які виконує товарний знак:

1. Дає можливість відрізнити одне підприємство від іншого та їх порівняти;
2. Гарантує якість товарів, позначених товарним знаком. Тобто товар з фірмовим знаком має більшу популярність, ніж його анонімні аналоги;
3. Третя функція - естетична. Часто фірмовий знак використовується як елемент оформлення упаковки, або навіть самого виробу, підвищуючи його естетичну цінність;
4. Четверта функція - рекламна. У візуальній рекламі саме знак несе основне навантаження. Наприклад, графічні знаки "Мерседес" безпомилково ідентифікуються з німецькою якістю виробництва престижних автомобілів:

Сукупність зазначених функцій визначає економічне значення товарного знака (торгової марки) для підприємства і всієї економіки. У товарних знаках (торгових марках) зацікавлені як виробники й торговці, так і споживачі і державні органи, і взагалі вся економіка.

З використанням товарної марки підприємство має такі переваги:

- полегшується ідентифікація продукції;
- гарантується, що товар або послуга мають визначений рівень якості;
- відомо" яка фірма відповідає за продукцію;

- зменшується порівняння за цінами аналогічних товарів; оскільки споживачі усвідомлюють відмінність марок;
- збільшується престиж продукції;
- у споживачів складається враження, що вони менше ризикують, купуючи товар;
- чим відоміша товарна марка, тим більше вона завойовує каналів збуту;
- легше переходити до випуску нових категорій товарів.

Процес створення товарної марки пов'язаний з певними процедурами, які стосуються:

- корпоративних символів;
- філософії організації процесу маркування;
- процедури вибору найменування.

При використанні товарного знака необхідно дотримуватись основних правил:

- товарний знак потрібно постійно і неухильно виділяти ("Київ");
- зареєстрований товарний знак необхідно завжди доповнювати в тексті значком (В, РМ);
- необхідно стежити за точністю начертання знака;
- товарний знак не відмінюється;
- товарний знак має позначати тільки те, що під ним розуміється;
- не можна допускати, аби товарним знаком маркувалися інші товари. [1]

Використання товарних знаків (торгових марок) є благом і для споживачів, тому що дозволяє ознайомити їх з товарами і послугами, які є на ринку, швидше зорієнтуватися щодо походження товару та зробити вибір між аналогічними товарами і послугами. Всі ці фактори є стимулом конкуренції, що призводить до розширення асортименту товарів народного споживання та зниження цін.

Ефективна система товарних знаків (торгових марок) сприяє захисту споживачів від недобросовісної торгівлі та конкуренції (наприклад, використання оманливих або схожих товарних знаків (торгових марок)).

Товарні знаки (торгові марки) потрібні і для державних органів, що відповідають за перевірку якості товарів і послуг. Товарні знаки (торгові марки) допомагають їм розпізнати товари та послуги, які не відповідають вимогам закону або які виявлені в результаті скарг або лабораторних перевірок. Реєстрація товарних знаків (торгових марок) є корисним джерелом статистичної та економічної інформації для державних органів.

Таким чином, країна повинна бути зацікавлена в ефективній правовій системі, що забезпечує охорону товарних знаків (торгових марок) та їх використання в інтересах виробників і споживачів. Тільки таким шляхом товарні знаки (торгові марки) можуть внести максимальний внесок в економічний розвиток [1].

### **Висновок**

Отже, товарний знак є своєрідною візитівкою підприємства, з ним пов'язане підтримання іміджу підприємства, що створюється роками роботи на ринку. Нині, торгові марки є важливою частиною маркетингової стратегії будь-якого бізнесу.

Тому зміна товарного знака може завдати більшої шкоди, ніж будь-які організаційні зміни чи зміна власника.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Основні функції товарного знака та переваги при використанні товарного знака – Режим доступу: <https://kip.ua>
2. Товарний знак – Режим доступу: <https://pidruchniki.com>

**Ольга Петрівна Черевата** - студентка групи П-19мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Оксана Владиславівна Безсмертна** – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, [bezsmerтнаoksana@gmail.com](mailto:bezsmerтнаoksana@gmail.com)

**Olga Cherevata** - student of the P-19ms group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Scientific adviser: **Oksana Vladislavivna Bezsmertna** - PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnitsa National Technical University.