

ТОРГОВА МАРКА ЯК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПРОДУКТ

Яновська А.В., гр. ЕП-51м

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Іванова В.В.**
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Торгова марка є одним із видів інтелектуальних продуктів підприємства. Торгова марка є позначенням, що в першу чергу символізує та виокремлює якість продукції або послуг тієї чи іншої компанії серед інших учасників ринку, та є обличчям компанії, оскільки дозволяє споживачам відрізнити товари різних виробників один від одного і вибирати між конкурентними товарами.

Торговий знак – знак за яким товари та послуги одних осіб відрізняються від товарів та послуг інших осіб. Такими позначеннями можуть бути слова, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів.

Вдала торгова марка є своєрідним і доволі суттєвим капіталом, можна сказати «гарантом» успіху діяльності компанії на ринку, а тому розвиток та підтримання високої репутації своєї торгової марки та продукції, що її містить, є щоденною турботою будь-якого виробника. А рекламні кампанії та інші заходи, спрямовані на створення у свідомості кола споживачів позитивного сприйняття тієї чи іншої торгової марки, потребує дуже значних сил та капіталовкладень.

Суб'єктами права інтелектуальної власності на торговельну марку можуть виступати як окремі фізичні чи юридичні особи, так і декілька осіб (у цьому випадку торговельна марка стає колективною).

Фізичними особами, що мають право на торговельну марку можуть бути громадяни України чи інших держав, особи без громадянства, що виконують діяльність на певному підприємстві.

Право інтелектуальної власності на торговельну марку іноземними особами реалізується через представників, які мають відповідну реєстрацію згідно з Положенням про представників у справах інтелектуальної власності.