

УДК 339.138

ШЕТКО Ю.В., студент

Научный руководитель **РЫЛКО Е.И.**, ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,

г. Горки, Республика Беларусь

ФУНКЦИИ ТОВАРНОГО ЗНАКА

Неотъемлемым элементом рыночной экономики являются средства индивидуализации товаров и услуг. К таковым, в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь (далее – ГК), относятся товарные знаки и знаки обслуживания.

Статья 1017 ГК содержит определение товарного знака, которое соответствует определению, установленному в п. 1 ст. 1 Закона Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. № 2181-ХП «О товарных знаках и знаках обслуживания» – это обозначение, способствующее отличию товаров или услуг одного лица от однородных товаров или услуг других лиц.

Товарный знак выполняет множество функций, в частности, отличительную, индивидуализирующую, рекламную, гарантийную.

Отличительная функция товарного знака обеспечивает установление субъекта хозяйствования, который изготовил товар, выполнил работу или оказал услугу (Минский тракторный завод, фабрика «Коммунарка» и т.д.). Индивидуализирующая функция позволяет различать однородные товары, например, спиртные напитки, конфеты.

Важнейшей функцией товарного знака является рекламная функция. Своей неповторимостью, выразительностью, лаконичностью, уникальностью товарный знак оказывает положительное эмоциональное воздействие на потребителя товаров, работ, услуг. Товарный знак может служить и антирекламой, если потребителям известно, что товары определенного предприятия часто низкого качества.

Товарный знак выполняет и гарантийную функцию. Он гарантирует сбыт товаров данного предприятия, что для последнего очень важно. Одновременно приобретатель товара получает гарантию надлежащего качества приобретаемого товара.

На мой взгляд, можно выделить такую функцию, как психологическая. Она заключается в том, что человек, увидев знакомый знак, хорошо себя зарекомендовавший, верит, что товар, на котором он стоит, высокого качества.

Товарные знаки в условиях рыночной экономики выступают в роли средства здоровой конкуренции, и эта роль с развитием рынка товаров, работ и услуг постоянно растет. Защита исключительных прав правообладателей товарных знаков в этой связи очень актуальна и должна осуществляться в рамках законодательства.