

УДК 637.13 (088.7) 476

ВИНИЦКАЯ А.С., студент

Научный руководитель **ЛЮБЕЦКИЙ П.Б.**

УО «Белорусская государственная орденов «Октябрьской революции и Трудового Красного Знамени» сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ БЕЛАРУСИ

На сегодняшний день товарный знак позволяет фирмам стать более конкурентоспособными, так как именно он способствует узнаванию товара и позволяет отличить товары и услуги одних производителей от однородных товаров и услуг других производителей, облегчая потребителю выбор при покупке товара или услуги.

Цель проведенного исследования – изучить практику использования товарных знаков предприятий молочной отрасли Республики Беларусь.

При осуществлении исследования были применены такие методы, как контент-анализ, исторический, метод наблюдения и сравнения, а также экономико-статистический метод. Источником информации выступила электронная база данных товарных знаков Национального центра интеллектуальной собственности Республики Беларусь.

Для достижения цели исследования были сформулированы следующие задачи: 1) изучить зарегистрированные товарные знаки молокоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь; 2) установить долю предприятий, использующих товарные знаки; 3) определить среднее количество товарных знаков, используемых одним предприятием; 4) выяснить, для каких классов продукции по МКТУ регистрируют товарные знаки молокозаводы; 5) определить, на какой период приходится активизация процесса разработки и регистрации товарных знаков молокоперерабатывающих предприятий.

В результате анализа зарегистрированных средств индивидуализации молокоперерабатывающих предприятий по базе данных НЦИС было установлено, что в Республике Беларусь все молокоперерабатывающие предприятия используют одну или несколько товарных марок, большая часть из которых зарегистрирована в качестве товарных знаков, либо поданы заявки на их регистрацию в НЦИС. В среднем количество товарных знаков, используемых одним предприятием, составляет около трех. В подавляющем большинстве предприятия молочной промышленности регистрируют свои товарные знаки для таких классов МКТУ, как 05, 29, 30, 32, 35, 40, 42. У всех предприятий знаки зарегистрированы для класса продукции 29. У 42% молокозаводов, помимо класса МКТУ 29, товарный знак зарегистрирован также для класса 35. А для класса МКТУ 30 один и тот же товарный знак зарегистрировали 35%. Это свидетельствует о том, что предприятия молочной промышленности используют мономарочный подход в товарной политике, так называемый азиатский тип брендинга. Все молокозаводы своевременно перерегистрируют товарные знаки и используют их защиту.