

ВИЗНАЧЕННЯ ВІДМІННОСТЕЙ КАТЕГОРІЙ ТОВАРОЗНАВСТВА: ТОРГОВА МАРКА, ТОРГОВИЙ ЗНАК, БРЕНДІНГ

Мамуці Д.Н.

Науковий керівник – Сегеда І.В., канд. екон. наук, ст. викл.

Такі поняття як «торгова марка», «торговий знак» і «бренд» надають нам можливість розпізнати товар і навіть визначити його якість. В науковій літературі часто ототожнюють ці поняття, тому актуальним є визначення різниці між ними.

Метою роботи є вивчення понять «торгова марка», «товарний знак» і «бренд», та визначення особливостей їхнього застосування в товаропросуванні закладів ресторанного господарства.

Торгова марка – це позначення, яке вирізняє товари та послуги одних осіб серед таких самих або споріднених з ними товарів і послуг інших осіб. Цей термін являє собою сукупність певних властивостей, асоціацій, візуальних образів, які дозволяють товару виділятися на ринку ресторанного господарства серед конкурентів.

Торгова марка виникає в момент, коли виробник дає унікальну назву власному товару, розробляє дизайн продукту, створює фірмовий стиль, салоган тощо. Хоча товар може бути абсолютно не унікальним і не відрізнятися за своїми характеристиками від конкуруючих продуктів, але в момент створення власної назви, візуального оформлення товару, і надання певного іміджу – відбувається створення торгової марки.

Товарний знак – офіційно оформлене графічне зображення, оригінальна назва, особлива комбінація цифр, букв або слів, яким підприємство виокремлює свої товари, та яке забезпечено правовим захистом.

Існує кілька варіантів реєстрації торгової марки, тобто можна зареєструвати словесний, візуальний або комбінований товарний знак. Чим більше варіантів реєстрації ви зробили, тим більшим захистом володіє ваш товарний знак.

Товарний знак виконує низку функцій:

- індивідуалізація продукту (товару, роботи, послуги), що реалізується правовласником знака, тобто відмежування продукту одного виробника від схожого продукту іншого виробника на ринку товарів чи послуг. За рахунок такого відмежування споживач може відрізнити схожі товари різних виробників;

- захисна, а саме заборона на використання товарного знака правовласника конкурентами щодо аналогічних продуктів. Порушення заборони призводить до стягнення багатомільйонних збитків або ком-

пенсації за порушення прав на товарний знак, вилучення і знищення контрафактного товару.

В засобах масової інформації як синонім терміну «товарний знак» часто вживається термін «бренд».

Товарним знаком є зареєстрована торгова марка, яка має принаймні одного власника, тобто це паспорт що засвідчує офіційну реєстрацію торгової марки чи бренду і його основна функція – юридичний захист. Товарний знак говорить про те, що така торгова марка існує, вона є інтелектуальною власністю приватної особи або компанії.

Бренд – це унікальна комбінація цінностей торгового знаку, за яку споживач сплачує додаткову вартість, або просто надає перевагу при покупці, часто викликає унікальні емоції.

Існує два підходи до визначення бренду:

- завдання і також індивідуальні атрибути: назва, логотип та інші візуальні елементи (шрифти, дизайн, колірні схеми і символи), що дозволяють виділити компанію або продукт порівняно з конкурентами;

- образ, імідж, репутація компанії, продукту або послуги в очах клієнтів, партнерів, громадськості.

Зазвичай бренди складаються з різних елементів, таких як:

- ім'я: слова чи слово, яке використовується для ідентифікації компанії, продукту, послуги або концепції.

- логотип: візуалізація торгової марки, яка ідентифікує бренд;

- слоган або фраза;

- графіка;

- форми;

- кольори;

- звуки - унікальна мелодія або набір нот може позначати бренд;

- аромати.

Різниця між торговою маркою і брендом очевидна: торгова марка – може мати високий товарообіг, а бренд – може мати високий прибуток.

РОЗВИТОК ВОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Смаль А.М.

Науковий керівник – Абрамов В.В., доцент

Наша держава володіє великим потенціалом у розвитку водного туризму, основою якого є 163 річки довжиною понад 100 км. Прак-