

## СУТНІСТЬ І ПРИЗНАЧЕННЯ ТОРГОВИХ МАРОК. ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ПОНЯТТЯ ТОРГОВА МАРКА

**Знак для товарів і послуг** (англ. trademark) — позначення, 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. У Цивільному кодексі України відносно знаку для товарів і послуг вживається термін «торговельна марка». Термін «торговельна марка» є прямим запозиченням із англійської мови. По суті термін «знак для товарів і послуг» та «торговельна марка» означають одне і те саме поняття і тому можуть вживатися як рівнозначні. Товар може мати марку виробника або посередник привласнить йому приватну марку (марка посередника). Марочна назва може бути

1) індивідуальною, у цьому випадку застосовується багатомарочний підхід для однієї і тієї ж категорії товарів (наприклад, пральні порошки «Тайд», «Аріель» компанії «Проктер енд Гембл»),

2) колективною для товарного сімейства (наприклад, зубна паста «Колгейт»).

Торговельні марки виконують чотири основні функції:

- 1) вирізнення товару або послуг серед інших подібних, що перебувають у цивільному обороті;
- 2) вказівка на походження товару або послуг;
- 3) вказівка на певну якість товару і послуг;
- 4) рекламування даного товару і послуг.

Марки мають бути характерними (тобто відрізнятися від назви самого товару або сфери його застосування) і в той же час різко відрізнятися від марок, що використовуються конкурентами. Впровадження марки стало основним питанням у стратегії товару. З одного боку, розробка марочного товару вимагає довгострокових маркетингових інвестицій, особливо в області реклами, просування товару на ринок і упакування. Виробникам товару нерідко простіше і дешевше випустити просто товар, надавши питання створення марки іншим. Тайванські виробники, наприклад, добре засвоїли цей урок: на них припадає значна частина світового виробництва одягу, побутової електроніки і комп'ютерів, але продаються ці товари під торговими марками інших компаній. Майже за 4000 років до н. е. майстра Ассирії та Вавилону врізали в камені побудованих будівель свій фірмовий знак. Ці знаки, знайдені археологами в ХХ ст., можна вважати попередниками товарних знаків. Прототипи сучасних знаків з'явилися в період рабовласницького ладу. Величезне розвиток отримала маркування товарів в умовах капіталістичної індустріалізації. У 70-80-і рр. XIX століття починається масовий випуск однорідних товарів, причому це відбувається в умовах жорсткої конкуренції. У цих умовах зростає роль товарного знаку як ефективного засобу реклами і покажчика джерела походження товару. З'являються перші закони, що гарантують охорону товарних знаків. У першу чергу з'явилися законодавчі акти, що встановлювали кримінальні санкції за підробку товарного знака. Потім з'явилася цивільно-правова охорона знаків. Законодавство про товарні знаки має насичену історію. Перший закон «Про товарні клейма» був прийнятий в царській Росії ще в 1830 р. Він зобов'язував власників суконних, капелюшних, паперових та інших фабрик мати міцні клейма. Підробка чужого товарного клейма розглядалася як кримінально каране діяння. Проте чіткого визначення товарного клейма, умов виникнення прав на нього, а також правомочностей власника закон не містив. Згідно п. 11П (С)БУ 8 «Нематеріальні активи» НМА – «право на торгову марку» відображається в бухгалтерському обліку по первинній вартості, яка складена з сум розходів (витрат) на придбання торгової марки і доведення її до стану, в якому торгова марка (як НМА) придатна для використання. Сума держмита включена в вартість НМА – торгової марки. Оприбуткування об'єкта НМА здійснюються на підставі Акта вводу в господарський обіг об'єкту прав інтелектуальної власності – торгової марки, склад НМА (ф. № НА- 1), затвердженого Наказом Мініном від 22.11.2004 р. №732. Відповідно до п. 27П(С)БУ 8 амортизація НМА (торгової марки) нараховується по одному з п'яти методів, зазначених в п. 26 П(С)БУ 7. При цьому нарахування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем в якому НМА введені в господарський обіг (п. 29 П(С)БУ 8).