

УДК 514.18

ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК МАЛАЯ ГРАФИЧЕСКАЯ ФОРМА

Кузнецов Д.К, студент гр. МРб-161, I курс,
Черкасов П.В, студент гр. МРб-161, I курс
Шумкина Т.Ф., к.х.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Под графической формой следует понимать изображение, образованное по определённым законам и несущее смысловую, информационную и эмоциональную нагрузку об объекте [1].

Зарождение знаковой символики связано с развитием цивилизации – одинаковые графические изображения встречаются на объектах культуры разных народов вне зависимости традиций и национальных различий. В первую очередь это простые геометрические фигуры: треугольник, окружность, квадрат, крест, звезда [2].

С развитием товарообмена и торговли возникла потребность отличительных знаков для товаров – «прообраза» современного товарного знака.

На сегодняшний день товарный знак является непременным атрибутом любых товаров, ориентированных на покупателя [3].

Согласно определению товарный знак – это словесное и (или) изобразительное или комбинированное обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров, позволяющее отличать товары одних производителей от других и подлежащее специальной регистрации. Для организаций оказывающих различные виды услуг в качестве товарного знака выступает знак обслуживания.

Каждый из создаваемых товарных знаков должен соответствовать определённым требованиям: профессионализм выполнения, запоминаемость, оригинальность, ассоциативность, универсальность при изменении размера, адаптация к различным цветовым средам [4].

Существует несколько основных разновидностей товарных знаков, среди которых выделяют изобразительные, словесные, комбинированные, звуковые, трехмерные (объемные) и другие. Наибольшее распространение получили первые две из перечисленных разновидностей товарных знаков.

Кроме того, товарный знак должен выполнять основные функции:

- создание и облегчение восприятия различий между однотипными товарами;
- облегчение опознания и запоминания товара;
- указывание на происхождение и наличие информации о товаре;
- стимулирование потребителя к покупке товара;

- символизирование о качестве товара.

Товарный знак является объектом исключительного права, а также является предметом интеллектуальной собственности. Он должен обладать высокой отличительной способностью среди конкурентов и не вводить в заблуждение [5].

В качестве примера рассмотрен товарный знак ЗАО «Кемеровоторгтехника», город Кемерово, который является комбинацией графических форм (треугольник и шестиконечная звезда) и буквенное обозначение названия организации.

Список литературы:

1. Ариевич, Е. Высшая патентная палата и товарные знаки / Е. Ариевич // Российская юстиция. – 1998. – № 8. – С. 39-41.
2. Литвинов, О.В. Маркировка товаров в России и за рубежом. Алфавит знаков: практ. руководство / О.В. Литвинов. – М.: Стандарты и качество, 2003. – 203 с.
3. Шершеневич, Г.Ф. Учебник торгового права / Г.Ф. Шершеневич. – М.: СПАРК, 1994. – 384 с.
4. Сергеев, А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак / А.П. Сергеев. – СПб.: Питер, 2003. – 342 с.
5. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» // Ведомости РФ. 1992. № 42. Ст. 2322.