

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ НА ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ

Коваленко Т.В., Мінченко Н.В.

*Науково-Дослідний Інститут Інтелектуальної Власності
Національної Академії Правових наук України, м. Київ*

Відповідно до п. 1 статті 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» «торговельна марка - позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб;» [1]. Для досягнення комерційного успіху виробничим структурам необхідно створювати товари і послуги, які, незважаючи на існування однорідних на ринку, можуть привернути увагу споживачів. Інноваційні проєкти особливо важливі для організацій малого та середнього бізнесу, оскільки вони не в змозі конкурувати із великими підприємствами та компаніями у питаннях витрат та цінової політики. Завдяки новизні, інноваціям наданих товару і послугі, власники торговельних марок, як одного з об'єктів інтелектуальної власності, здатні задовольнити потреби більш широкої аудиторії споживачів і завдяки цьому збільшувати свій прибуток.

Власники торговельних марок повинні постійно переглядати направленість своєї діяльності, тобто приймати рішення досить швидко, рішення про припинення випуску одних товарів або про припинення надання певних послуг, покращення інших товарів і послуг. Посилення торговельної марки та просування її на ринку залежить від такого актуального фактора, як використання інновацій.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV «інновації - новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери;

інноваційна діяльність - діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг; (...)

інноваційна продукція - нові конкурентоздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам, встановленим цим Законом;» [2].

Інноваційна торговельна марка значно скорочує для компанії час на досягнення необхідного об'єму продаж. Споживачі очікують від інноваційної торговельної марки прагнення нових шляхів розвитку і з більшою довірою відносяться до нових товарів і послуг цієї компанії.

Література:

1. Закон України від 15 грудня 1993 р. № 3689-XII «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» із змінами та доповненнями в редакції від 21.07.2023 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, N 36, ст.266). У редакції 2022р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>