концу года можно объяснить, во-первых, перенасыщением рынка и обострением конкурентной борьбы, а во-вторых, снижением покупательной способности граждан и организаций республики.

Белорусский рынок струйных принтеров характеризуется высоким уровнем предложения следующих марок принтеров: "Hewlett-Packard", "Epson", "Lexmark". Устойчиво предложение и таких марок, как "Canon" и "Olivetti". Незначительным в 1999 г. было предложение принтеров марок "ENCAD", "Apple", "Citizen", "Seikosha", "Xerox", "OKI". При анализе данных за 1999 г. выявлено, что доля струйных принтеров "Hewlett-Packard" на рынке составляла примерно 35—50%, а в некоторые месяцы и больше 50 %. Принтеры под марками "Epson" и "Lexmark" занимают примерно 20—25 % рынка. Совокупное предложение струйных принтеров других марок не превышает 10 %.

Доминирующее положение на белорусском рынке струйных принтеров занимают следующие поставщики: "IMC Computers", "PRINTLAND", "БелХард", "Информатика", МСТ, ИКС. Точно нельзя говорить о том, какую долю рынка занимает та или иная компания, так как каждый месяц ситуация меняется, но в общем картина на конец года выглядела следующим образом: "IMC Computers"—14%, "PRINTLAND"—10%, "БелХард"—41%, "Информатика"—4%, "МСТ"—5%, "ИКС"—14%, другие—12%.

Анализ данных показал наличие связи между долей предложения струйных принтеров "Hewlett-Packard" и долей предложения от "БелХард": увеличение предложения от "БелХард" влечет увеличение доли на рынке принтеров марки "Hewlett-Packard". Это можно объяснить тем, что фирма "БелХард" — официальный дилер компании "Hewlett-Packard". Это подтверждает тот факт, что официальные дилеры крупных производящих компаний, коим является "БелХард", занимают лидирующее положение на рынке.

В общих чертах белорусский рынок струйных принтеров характеризуется доминирующим предложением продукции марки НР, основным поставщиком которых является фирма "БелХард". Цены на принтеры в течение года снижались. Наиболее популярны принтеры формата А4 и с разрешением 600х600 dpi, однако растет доля принтеров с печатью и более высоким разрешением.

А.А. Рекашева, студентка БГЭУ (Минск)

Товарные знаки: проблемы разработки и правовой защиты

Товарный знак — это имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг

одного или группы продавцов от товаров или услуг конкурентов и обеспеченные правовой защитой.

Товарные знаки состоят из слов и изображений и в сознании людей вызывают два образа: образ предмета, создаваемый внутренним значениям слов и символов, содержащихся в товарном знаке, и образ рода продукта, товарным знаком которого он является в силу ассоциаций, внушенных потребителю при помощи рекламы.

Товарные знаки могут состоять из известных потребителю слов и символов, а могут представлять собой нечто, требующее предварительного объяснения. Преимущество носледних заключается в их индивидуальности, но такие знаки гораздо чаще неправильно воспринимаются и истолковываются потребителем, что отрицательно сказывается на образе товара и производителя.

В условиях Республики Беларусь можно пользоваться интуитивным способом при создании словесной и изобразительной частей товарного знака, основываясь на национальной культуре и традициях. При этом необходимо тщательно изучить внешние и внутренние факторы, влияющие на восприятие и интерпретацию товарных знаков потребителями целевого сегмента, и функции, выполняемые товарным знаком: он должен создавать различия между товарами, давать товарам имена, облегчать опознание и запоминание товара, сообщать информацию о нем, стимулировать желание купить его и др.

При создании товарного знака необходимо обращать внимание на правовые аспекты. Важно обеспечить охрану товарного знака путем его регистрации в специальном органе — Государственном патентном комитете Республики Беларусь и занесения в реестр (Государственный ресстр товарных знаков и знаков обслуживания Республики Беларусь). При использовании товарного знака на территории других государств необходимо принимать во внимание международные соглашения и конвенции в области охраны интеллектуальной собственности.

С внедрением информационных технологий в сферу бизнеса компьютерная сеть Internet приобретает черты быстро растущего рынка с огромным потенциалом емкости и острой конкуренцией. В связи с этим участились случаи конфликтов из-за совпадения или сходства доменных имен с товарными знаками. Это привело к необходимости создания службы защиты товарных знаков в Internet. Internet-компании пришли к соглашению о создании новой службы, которая позволит пользователям защищать доменные имена как любой другой товарный знак.