

**ЕКОЛОГІЧНЕ МАРКУВАННЯ ТА ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА:
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ**

У статті розглядаються поняття маркування, екологічного маркування, позначень на упаковці, торговельних марок. Докладно розглядаються вимоги до інформації про продукцію, яка повинна міститися на упаковці. Аналізується вплив на покупців різних позначень на упаковці. Зроблена спроба зіставити теоретичні поняття та практичне застосування різних позначень із позицій маркетингового впливу та безпеки продукції. Особлива увага приділена позначці «еко».

Ключові слова: екологічне маркування, позначення, торговельні марки, еко, екологічно безпечна продукція.

В статье рассматриваются понятия маркировки, экологической маркировки, обозначений на упаковке, торговых марок. Подробно рассматриваются требования к информации о продукции, которая должна размещаться на упаковке. Анализируется влияние на людей различных обозначений на упаковке. Предпринята попытка сопоставить теоретические понятия и практическое применение различных обозначений с позиций маркетингового воздействия и безопасности продукции. Особое внимание уделено обозначению «эко».

Ключевые слова: экологическая маркировка, обозначения, торговые марки, эко, экологически безопасная продукция.

The article deals with the notion of labeling, environmental labeling, labeling on the packaging, trademarks. The requirements for product information, which must appear on the package, are considered in detail. The influence of different labeling on the packaging is analyzed. An attempt has been made to put together theoretical concepts and the practical application of various designations from the standpoint of marketing influence and product safety. Particular attention is paid to eco-designation.

Key words: environmental labeling, designation, trade marks, eco, environmentally friendly products.

Вступ. Сучасне суспільство характеризують як суспільство споживання. У господарському обігу перебуває безліч товарів і кожного дня їх більше, але кількісний показник не гарантує якості. Серед величезної розмаїтості виробників, асортименту, назв та складу продукції споживачеві легко заплутатися, дуже складно зробити правильний вибір і придбати саме те, що потрібно. Об'єктивно виникає потреба в маркуванні, щоб виділити дійсно якісні товари із загальної маси.

Підприємці намагаються виділити свій товар і привернути увагу споживача різноманітними позначками. Набути прав на них можна, зокрема, шляхом реєстрації їх як торговельних марок. Якщо проаналізувати світовий досвід у цій сфері, то можна переконатися, що постійно збільшується розмаїття позначень, на які особа може набути права інтелектуальної власності як на засіб індивідуалізації своїх товарів та послуг. Так, поруч із такими традиційними позначками, як слово та графічне зображення, з'явилися невізуальні позначки, наприклад, звук, аромат, смак тощо.

Постановка завдання. Мета статті – порівняти два види маркування товарів, а саме екологічне маркування та торговельну марку. Таке порівняння проведено для з'ясування, чи зможе екологічне маркування витіснити торговельну марку.

Результати дослідження. Ст. 14 Закону України «Про стандартизацію» від 17 травня 2001 р., який втратив чинність, містить визначення знака відповідності національним стандартам. А саме, національний знак відповідності продукції національним стандартам – знак, який засвідчує відповідність позначеної ним продукції всім вимогам стандартів, які поширюються на цю продукцію. Сьогодні із цією метою використовують знак відповідності технічним регламентам – маркування, яким виробник підтверджує, що продукція відповідає вимогам, які висуваються до зазначеної продукції та визначені в технічних регламентах, якими передбачене нанесення цього маркування. Об'єкт оцінки відповідності – конкретний матеріал, продукція, установка, процес, послуга, система, особа чи орган, до яких застосовується оцінка відповідності.

Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів», безпека продукції – відсутність будь-якого ризику для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього природного середовища за звичайних умов використання, зберігання, транспортування, виготовлення й утилізації продукції.

Належна якість товару, роботи або послуги – властивість продукції, яка відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції в нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовам договору зі споживачем;

У ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» визначене право споживача на інформацію про продукцію. Так, споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація про продукцію не вважається рекламою.

В інформації про продукцію має зазначатися таке: 1) назва товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються; 2) дані про основні властивості продукції, номінальну кількість (масу, об'єм тощо), умови використання; 3) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами; 4) позначка про наявність у складі продукції генетично модифікованих організмів; 5) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції; 6) виробник (продавець) у разі виявлення недостовірної інформації про продукцію (якщо вона не шкодить життю, здоров'ю або майну споживача) протягом тижня вилучає цю продукцію із продажу та приводить інформацію про неї у відповідність; 7) дата виготовлення; 8) відомості про умови зберігання; 9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця); 10) правила й умови ефективного і безпечного використання продукції; 11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій; 12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Що стосується продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації в державній системі сертифікації, то споживачеві повинна надаватися інформація про її сертифікацію.

Що стосується продукції, яка за певних умов може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача та його майна, навколишнього природного середовища, то виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про таку продукцію і можливі наслідки її споживання (використання).

Нормативно-правовими актами, зокрема технічними регламентами, можуть бути встановлені додаткові вимоги до змісту інформації про продукцію.

У випадках, визначених у технічних регламентах, які передбачають застосування процедур оцінки відповідності, на продукцію та/або на інші об'єкти, що визначені такими технічними регламентами (табличку з технічними даними, пакування, супровідні документи тощо), повинен наноситися знак відповідності технічним регламентам.

Нанесенням знака відповідності технічним регламентам на продукцію вважається також нанесення цього знака на будь-який інший, ніж сама продукція, об'єкт, який визначений у відповідному технічному регламенті. Форма й опис знака відповідності технічним регламентам встановлюються Кабінетом Міністрів України.

Окремими технічними регламентами може бути передбачено застосування знака відповідності технічним регламентам, що має іншу форму, ніж та, що встановлюється Кабінетом Міністрів України. У цих випадках форма знака відповідності технічним регламентам встановлюється відповідними технічними регламентами.

Знак відповідності технічним регламентам застосовується згідно із загальними принципами маркування зазначеним знаком, якщо в технічних регламентах міститься посилання на такі загальні принципи маркування. У певних технічних регламентах можуть бути встановлені додаткові загальні принципи маркування знаком відповідності технічним регламентам.

Законодавством визначені загальні принципи маркування знаком відповідності технічним регламентам. Так, знак відповідності технічним регламентам повинен наноситися лише виробником або його уповноваженим представником.

Знак відповідності технічним регламентам повинен наноситися лише на продукцію, для якої його нанесення передбачене конкретними технічними регламентами, та не повинен наноситися на будь-яку іншу продукцію.

Виробник шляхом нанесення знака відповідності технічним регламентам ним самим або його уповноваженим представником вказує на те, що він бере на себе відповідальність за відповідність продукції всім вимогам, які висуваються до зазначеної продукції та визначені у відповідних технічних регламентах, якими передбачене нанесення знака відповідності технічним регламентам.

Для проведення процедури оцінки відповідності, передбаченої відповідним технічним регламентом, застосовуються модулі – комплекси уніфікованих процедур оцінки відповідності (модуль), які обираються згідно з вимогами п. 5 Технічного регламенту.

Модулі, визначені Технічним регламентом, застосовуються в разі посилання на них у відповідних технічних регламентах.

Коли міжнародні та регіональні стандарти, стандарти і технічні регламенти інших держав або відповідні їхні частини, на основі яких згідно із законом повинні розроблятися технічні регламенти, містять процедури (модулі) оцінки відповідності, у визначених технічних регламентах не допускається застосування посилання на цей Технічний регламент [3].

Останнім часом більшість людей дбає про екологію, і часто вибір певного продукту або виробу споживачем залежить від наявності певних знаків, які позначають екологічність продукту. Найвідоміший із таких знаків – точка, може бути зображена зеленим або навіть чорно-білим кольором. Це зображення означає, що упаковка може бути перероблена. Стрілочка, розташована трикутником, також означають екологічну упаковку – утилізацію відходів для подальшого використання. Чоловічок із кошиком означає прохання виробника викинути упаковку у відро для сміття. Цей знак наноситься на ті види товарів, використовувати які передбачається поза домом – різні фантики, обгортки тощо. Цей знак часто використовується виробниками некоректно – його можна побачити на упаковці прального порошку або зубної пасти. Розміщення символу на цих товарах просто не має сенсу.

Є маркування товарів певної групи, що позначає їх використання. Наприклад, латинська буква U в кружечку в усьому світі використовується на позначення кошерної їжі, а знак Vegan з ромашкою, виконаний у зеленому кольорі, застосовується для нанесення на продукти, які призначені тільки для вегетаріанської кухні, і показує, що продукт не містить тваринних інгредієнтів. Схематично намальований кролик із написом *Not tested on animals* говорить про те, що під час розроблення технології експерименти з тваринами не проводилися. Такі знаки, що несуть важливу інформацію, допомагають споживачеві зробити вибір на користь того чи іншого продукту або виробу.

Виробник, що має дозвіл на використання знаків якості, має велику перевагу в конкурентній боротьбі. Знак відповідності – це гарантія того, що, здійснюючи покупку, споживач не натрапить на продукцію низького сорту, що купується товар, який не завдасть шкоди здоров'ю або навколишньому середовищу [7].

Розглянемо поняття торговельної марки, тобто позначення, яке може міститися на упаковці товару. Відповідно до п. 2 ст. 5 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», об'єктом знака може бути будь-яка позначка або будь-яка комбінація позначок. Для позначення можуть використовуватися, зокрема, слова, зокрема власні імена, літери, цифри, зображувальні елементи, кольори та комбінації кольорів, а також будь-яка комбінація таких позначень.

Згідно із ч. 1 ст. 492 Цивільного кодексу України, торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

Отже, торговельна марка – це власність юридичної чи фізичної особи. Інші виробники не мають права її використовувати без законних підстав для такого використання. Але для споживача важливі репутація торгової марки та наявність інших маркувань.

Цікаві висновки містяться у звіті Антимонопольного комітету України (далі – АМКУ) за 2017 р. щодо наявності на ринку продукції з позначеннями «Еко», «Есо», «Екологічний». Під час проведення дослідження Комітетом було виявлено, що в торговельних мережах України реалізується продукція з позначеннями «Еко», «еко», «Екологічна», «Екологічно чиста» тощо.

Обираючи серед аналогічних товарів, пересічний покупець сподівається отримати такий продукт, що відповідає його потребам, керуючись інформацією, заявленою виробником.

Під час придбання продукції увагу споживача можуть привернути позначки, які виробник розміщує на етикетках (упаковках) своїх товарів, зокрема й у вигляді позначень «Еко», «еко», «Екологічна», «Екологічно чиста». Саме такі написи на етикетках (упаковках) можуть скласти уявлення у споживача, що цей товар має більш екологічні властивості порівняно з іншими товарами такої самої категорії. Розміщення таких позначень виробниками на упаковках своїх продуктів може надавати їм переваги, зокрема перед іншими виробниками продукції такої самої категорії.

Оскільки окремі виробники товарів, маркованих позначкою «еко» (та схожими) не змогли надати доказів «екологічності» своїх товарів, АМКУ кваліфікував маркування товарів таких виробників як поширення на етикетках продукції неправдивої інформації. Антимонопольним комітетом було надано обов'язкові рекомендації відповідним виробникам припинити таке маркування. Вказаними рекомендаціями компаніям запропоновано припинити дії з поширення на етикетках продукції неправдивої інформації щодо її екологічних властивостей, зокрема, у результаті обраного способу її викладення, шляхом відображення на етикетці продукції інформації про дійсні властивості продукції та /або її виробництво й усунення причини виникнення цих порушень.

За результатами перевірок виробники вжили таких заходів. Перший виробник повідомив Комітет про виконання рекомендацій шляхом видалення з етикеток продукції напису «екологічно чиста та безпечна», видалення зазначеної інформації із власного сайту в мережі Інтернет, призначення відповідальної особи за дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції. Другий виробник повідомив Комітет про виконання рекомендацій шляхом видалення з упаковок продукції напису «екологічні» шляхом випуску нової упаковки та припинення продажу продукції, на якій міститься напис «екологічні». Третій виробник повідомив про виконання рекомендацій шляхом припинення виробництва та реалізації відповідного товару та розроблення нової етикетки для фарби. Четвертий виробник повідомив Комітет про виконання рекомендацій шляхом припинення використання на етикетках продукції написів «екологічно» та «екологічно безпечна», також видано наказ про невикористання на продукції позначення «еко» та його похідних [8, с. 243].

Висновки. Отже, окремим різновидом порушень у сфері недобросовісної конкуренції є використання позначки «Еко» на товарах, екологічність яких не підтверджувалась відповідними документами. Тобто дане маркування не може бути вигаданим, безпідставно розміщеним на упаковці товару та потребує документального підтвердження. Дані ознаки зовсім не притаманні знакам для товарів і послуг.

Список використаних джерел:

1. Про технічні регламенти та оцінку відповідності: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2015. № 14. Ст. 96.
2. Про затвердження форми, опису знака відповідності технічним регламентам, правил та умов його нанесення: постанова Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1184.
3. Про затвердження Технічного регламенту модулів оцінки відповідності: постанова Кабінету Міністрів України від 7 жовтня 2003 р. № 1585.
4. Про захист прав споживачів: Закон України. Відомості Верховної Ради УРСР. 1991. № 30. Ст. 379.
6. URL: <http://books.br.com.ua/3351>.
7. URL: <http://faqukr.ru/zakon/134036-znak-vidpovidnosti-zaporuka-jakosti-nacionalni-ta.html>.
8. Звіт Антимонопольного комітету України за 2017 р. URL: www.amc.gov.ua.
9. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15 грудня 1993 р. № 3689–XII. Відомості Верховної Ради України. 1994. № 7. Ст. 36 (зі змінами).
10. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435–IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № № 40–44. Ст. 356 (зі змінами).