

Филимонова Л.И.,

*к.т.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им.Г.В.Плеханова*

Филимонова М.А.,

*ст. препод.
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им.Г.В.Плеханова*

Амбарцумян Л.И.

*к.т.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им.Г.В.Плеханова*

ИНФОРМАТИВНОСТЬ И БРЕНД ТОВАРОВ INFORMATIONAL CONTENT AND BRAND OF GOODS

Аннотация: Анализируется значимость и информативность маркировки трикотажных изделий. А так же требования к маркировке и торговым маркам. Определение соответствия маркировки товарного ярлыка изделия требованиям стандарта. Рассматривается возможность перехода торговой марки в бренд.

Abstract: The importance and informational content of marking of knitted products is analyzed. And also requirements to marking and trademarks. Determination of compliance of marking of a commodity label of a product to requirements of the standard. The possibility of transition of a trademark to a brand is considered.

Ключевые слова: товар, бренд, маркировка, трикотажные изделия, требования, торговая марка.

Keywords: product, brand, mark, knitted products, claims, trademark.

В последнее десятилетие отечественные производители стали, активнее использовать западные маркетинговые стратегии продвижения товаров на российском рынке. Они стали отказываться от маскировки своей продукции под брендом с иностранным названием и стали отдавать предпочтение своим торговым маркам. Особенно это акту-

ально во время кризиса не только в стране, но и в мире. Когда наша страна находится под санкциями со стороны других государств. Это дает возможность отечественным производителям выходить на рынок под своими торговыми марками и со своим качественным товаром, не боясь значимой конкуренции со стороны импортных производителей.

Торговая марка или знак отражается в маркировке товаров и выделяет данный товар среди других ему подобных. Торговая марка является первым шагом к понятию бренд. Удачно подобранный товарный знак (торговая марка) оказывает большое влияние на конкурентоспособность товаров и создаёт образ предприятия-изготовителя. Ведь бренд несет в себе всю информацию о товаре и о его качестве, и о его ассортименте, и о его истории, что не маловажно для понятия бренда предприятия-изготовителя.

В данной статье поставлена цель, проанализировать требования к маркировке и торговым маркам на примере трикотажных изделий для детей ясельного возраста разных фирм-изготовителей и выявить, какие из образцов имеют шансы быть брендами на рынке детских товаров.

Информационная функция маркировки является основной. Маркировка предназначена для всех субъектов коммерческой деятельности, а для основной массы потребителя является практически единственно доступным средством товарной информации. Красочно и в соответствии с требованиями нормативной документации оформленная маркировка служит важной мотивацией для принятия решения о покупке товара.

Требования к производственной маркировке устанавливаются в основном стандартами на маркировку и упаковку, а также общетехническими условиями стандартов на продукцию. Требования к торговой маркировке устанавливаются Правилами продажи отдельных групп товаров, а также региональными Правилами розничной торговли.

В статье проведён анализ требований к маркировке на соответствие ГОСТ 3897-87 «Изделия трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» и ТРТС 007-2011 «Безопасность продукции предназначенной для детей и подростков»

В таблице 1 представлена характеристика маркировки шести образцов изделий для детей ясельного возраста, среди которых пять образцов отечественных фирм-изготовителей и один образец китайской народной республики.

Таблица 1.

Характеристика маркировки образцов бельёвого трикотажа для детей ясельного возраста

Реквизиты маркировки	Номера образцов					
	1	2	3	4	5	6
Изображение товарного знака предприятия-изготовителя	Клеопатра стиль	Innamore	Ника	Аист	Ну, погоди	Олимпия
Наименование, подчинённость и местонахождение (почтовый адрес) предприятия-изготовителя	ООО «Клеопатра стиль» Россия г. Краснодар ул. Зиповская 9	КНР	ИП Головкин Г.М. г. Краснодар п. Пашковский ул. Колхозная, 17	г. Пятигорск ул. Февральская, 157	Россия, указан телефон	ИП Ковтун Л.А. Ростовская обл. ст. Тагинская, ул. М. Горького, 47
Наименование изделия	Майка	Топ	Майка	Отсутствует	Отсутствует	Майка
Артикул изделия	Отсутствует	IBB21003	МФ1-26	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Номер модели	Б-36-02	нет	нет	нет	нет	нет
Размеры	104-56	92-28	98-52	92	34	92-60
Состав	100%- хлопок	95%- хлопок, 5%- эластан	100%- хлопок,	отсутствует	100%- хлопок	100%- хлопок
Символы по уходу	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть
Цвет	Не указан	bianco	Не указан	Не указан	Не указан	Не указан
Информация об обязательной сертификации	Имеется	Имеется	Имеется	Не имеется	Имеется	Не имеется
ГОСТ	ГОСТ 53145-2008	Не указан	ГОСТ 12694-90	Не указан	ГОСТ Р 53146-2008	ГОСТ Р 53146-2008
Сорт	Не указан	Не указан	Не указан	Не указан	Не указан	Не указан
Дата выпуска	Июнь 2014	Не указана	Март 2015	Не указана	Не указана	Февраль 2014

В соответствии с требованиями пункта 1.1 ГОСТ 3897-87 «Изделия трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» для маркировки готовых изделий должны применяться: товарный ярлык, лента с изображением товарного знака и контрольная лента.

В соответствии с требованиями пункта 1.2 стандарта на товарных ярлыках изделий для новорождённых и детей ясельного возраста должны быть указаны: изображение то-

варного знака предприятия-изготовителя; наименование, подчинённость и местонахождение (почтовый адрес) предприятия-изготовителя; наименование изделия; номер модели; размеры и сорт. Причём «Номер модели или рисунка» указывается для тех изделий, которым он присваивается.

В соответствии с требованиями пункта 1.4 стандарта на маркировку лента с изображением товарного знака не должна применяться при маркировке бельевых изделий для новорожденных и детей ясельного возраста. А также в соответствии с требованиями пункта 1.6, стандарта контрольная лента с обозначением цены также не должна применяться при маркировке бельевых изделий для новорожденных и детей ясельного возраста.

Отсюда следует, что проверке будет подвергнут только товарный ярлык, как один из важных средств маркировки изделий для детей ясельного возраста.

Таблица 2.

Определение соответствия маркировки товарного ярлыка изделия требованиям стандарта

Наименование реквизитов	Номера образцов					
	1	2	3	4	5	6
Изображение товарного знака предприятия-изготовителя	+	+	+	+	+	+
Наименование, подчиненность и местонахождение (почтовый адрес) предприятия-изготовителя	+	+	+	+	-	+
Наименование изделия	+	+	+	-	-	+
Артикул изделия	-	+	+	-	-	-
Модель	+	-	-	-	-	-
Размеры	+	+	+	+ -	+ -	+
Сорт	-	-	-	-	-	-
% отклонений	28,6	28,6	28,6	57,1	71,4	42,9

«+» информация имеется,

«-» информация не имеется,

«+ -» информация имеется не полностью.

Анализ данных таблицы 2 показал, что не все изделия соответствуют требованиям маркировке по ГОСТ 3897-87 «Изделия трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение».

У образца 1, товарный знак «Клеопатра стиль» на ярлыке не указаны артикул и сорт изделия. Но указан номер модели.

У образца 2, изготовитель КНР, товарный знак «Innamoge», не указаны модель и сорт.

У образца 3 изготовитель ИП Головкова Г.М., под товарным знаком «Ника», не указаны модель и сорт, как и у образца 2.

У образца 4, товарный знак «Аист», из г. Пятигорска отсутствуют: наименование изделия, артикул, модель, сорт, а размерные признаки даны не полно, так как указан только рост.

У образца 5, товарный знак «Ну погоди», в маркировке не указаны почти все реквизиты, а именно, наименование и место нахождения предприятия-изготовителя, наименование, артикул и модель изделия, и сорт. Из размерных признаков указан только размер и отсутствует информация о росте.

У образца 6, товарный знак «Олимпия», изготовитель ИП Ковтун Л.А., в маркировке отсутствуют артикул, модель изделия и сортность.

Анализ показал, что все шесть исследуемых образцов не имели в маркировке информацию о сорте изделия. У трёх образцов 4-6, то есть половины проверенных ярлыков изделий, под товарными знаками «Аист», «Ну погоди» и «Олимпия», отсутствовал такой реквизит маркировки как артикул, и не была указана даже модель. В образцах 1-3 были указаны артикул или модель изделия. У двух образцов 2 и 3 не было указано наименование изделия, а у образца 5 отсутствовала полная информация об изготовителе. В маркировке было указано, что данный образец изготовлен в России и указан номер телефона.

Далее проведён анализ требований к маркировке на соответствие требований ТРТС 007-2011 «Безопасность продукции предназначенной для детей и подростков». Технический регламент обращает внимание на следующие реквизиты маркировки: наименование страны,; наименование и место нахождения изготовителя, импортёра и дистрибьютора; наименование и вид изделия, дату изготовления; единый знак обращения на рынке; срок службы и гарантийный срок эксплуатации при необходимости, товарный знак при наличии; вид и химический состав в процентах; размерные признаки; символы

по уходу или инструкции по эксплуатации. А также в маркировке одежды для детей должна быть информация «Предварительная стирка обязательна».

В маркировке для импортных изделий должна быть информация на латинском языке о стране-изготовителе, наименование изготовителя и юридический адрес.

Анализ показал, что требования к маркировке технического регламента несколько выше, чем стандарта.

Анализ информации в товарном ярлыке, на соответствие требованиям технического регламента показал, что наиболее полная информация у образцов 1-3. Данные фирмы не указали только сорт изделий. Не полная информация у образцов 4-6. В образцах 4 и 5 товарный знак «Аист» и товарный знак «Ну погоди» не указаны такие реквизиты, как наименование изделия, артикул, модель, сорт, дата изготовления. В маркировке образца 4 отсутствует волокнистый состав и номер стандарта, по которому изготовлено изделие, а также информация об обязательной сертификации.

Анализ также показал, что только в маркировке образца 6 из всех исследуемых образцов, имеется информация о предварительной стирке изделия.

Из проведённого анализа следует, что наибольшее число отклонений наблюдается в маркировке образцов 4 и 5, под товарным знаком «Аист» и «Ну погоди». Это приводит к мысли, что данная продукция может иметь низкое качество. Немного меньший процент отклонений в маркировке образца 6 под товарным знаком «Олимпия». Следовательно, и у образцов этих фирм-изготовителей должен быть проведён усиленный контроль качества.

Более полная информация у образца 1, товарный знак «Клеопатра стиль», образца 2, товарный знак «Innamore» и образца 3, товарный знак «Ника».

Далее проанализируем товарные знаки тех же ярлыков детских трикотажных изделий на соответствие требованиям, которые к ним предъявляются. В данном случае все товарные знаки являются словесными – это имена, или названия, имеющие смысл.

Рассматривая товарные знаки трикотажных изделий для детей ясельного возраста, необходимо обратить внимание именно на те требования, которые относятся к данной группе товаров, а именно: простота, индивидуальность и оригинальность, адекватность и ассоциативность, функциональность, жизнеспособность, интернациональность, звучность и лёгкость.

Таблица 3.

Основные требования к товарным знакам

Требования	Обр.1	Обр.2	Обр.3	Обр.4	Обр.5	Обр.6
Простота	+	-	+	+	+	+
Индивидуальность и оригинальность	+	+	+	+	+	+
Адекватность и ассоциативность	-	-	-	+	+	-
Функциональность	+	+	+	+	+	-
Жизнеспособность	+	+	+	+	+	+
Интернациональность	-	-	-	-	-	-
Звучность и лёгкость	-	-	+	+	+	+

«+» - соответствует требованиям;

«-» - не соответствует требованиям;

«+, -» - соответствует требованиям не полностью.

Анализ данных таблицы 3 показал, что ни один из образцов не выполняет все требования, которые предъявляются к товарным знакам.

Когда идёт анализ информации товаров предназначенных для детей, то основные требования, предъявляемые к товарному знаку должны быть, это адекватность и ассоциативность, простота, звучность и лёгкость. Эти требования дают возможность покупателю оценить, для кого предназначен товар ещё на визуальном уровне, до прочтения информации на маркировке.

Анализ показал, что только два образца детских изделий под номером 4 и 5 показали лучшие результаты по сравнению с другими образцами. Владельцы данных торговых марок имеют шанс со временем перейти в разряд бренда. Это образцы торговые марки «Аист» и «Ну, погоди». Они ассоциируются с товарами для детей, что является необходимым условием для дальнейшего брендинга. Эти торговые знаки соответствуют специфике деятельности фирм-изготовителей, и вызывают желаемые ассоциации.

Также они легко воспринимаются, и будут распознаваться среди других марок данного сегмента. Они легко запоминаются, и нет вариантов для их искажения.

Далее, можно сказать, что торговые марки «Аист» и «Ну, погоди» легко прочтываются и воспринимаются на слух.

При анализе шести образцов торговых марок трикотажных изделий для детей ясельного возраста было выявлено, что только у двух образцов товарный знак соответ-

ствовал предъявляемым требованиям. Это говорит о том, что только два изготовителя работали над созданием торговой марки своего товара. Но анализ информации показал, что у данных образцов как раз самая не достаточная маркировка среди всех исследуемых образцов.

Только в том случае, если качество данных товаров будет соответствовать требованиям покупателей, а их фирма-изготовитель будет выполнять требования нормативных документов в области маркировки и развивать свою торговую сеть, используя приёмы маркетинга, то данные торговые марки имеют шанс стать брендом на рынке трикотажных изделий для детей ясельного возраста.

Анализ показал, что отечественные фирмы-изготовители не достаточно внимания уделяют информативности товара, что сказывается на их низком имидже.

Список используемой литературы:

1. ГОСТ 3897-87 «Изделия трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» // Введ. 01.07.1987, М.: Изд-во стандартов - 1987. – С. 18
2. ТРТС 007-2011 «Безопасность продукции предназначенной для детей и подростков» от 23 сентября 2011. - №737
3. Филимонова Л.И. Оценка средств информации чулочно-носочных товаров // Сборник научных трудов КФ РГТЭУ Выпуск 6. Краснодар: Просвещение-Юг, 2010. – С. 5
4. Филимонова Л.И. Роль экспертизы в выявлении фальсификации трикотажных товаров // Научно-практический журнал КФ РГТЭУ – 2012. №8 – С. -13
5. Филимонова М.А. Развитие инновационных и интернет-технологий в продвижении // Экономика устойчивого развития – 2015. №4(12) – С.15