

УДК 620.2+655.3+655.05

С. Ф. Гавенко, М. Т. Лабецька, О. М. Савченко

Українська академія друкарства

ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МАРКУВАННЯ ЕТИКЕТОК ТОВАРІВ

Розглянуто особливості промислового маркування товарів з використанням етикеток, описано вимоги до їх оформлення та способи етикетування.

Ключові слова: *маркування, елементи і способи маркування, стікерування товару, етикетування.*

Маркування товарів, як відомо, здійснюється відповідно до певних правил, але в деяких випадках доводиться відступати від них в інтересах покупців. Зазвичай маркування товарів та пакування включає основні, додаткові та інформаційні знаки, маніпуляційні знаки щодо розвантаження, перевезення товарів, а також додаткові вказівки, які характеризують країну-виробника. Залежно від місця нанесення розрізняють маркування виробниче і торговельне.

До маркування пред'являються загальні для товарної інформації та специфічні для маркування вимоги. Загальні вимоги регламентуються законом «Про захист прав споживачів» [5] та включають найважливіші з них, які, як правило, називаються вимогами «трьох Д» — достовірність, доступність та достатність.

Специфічні вимоги до маркування стосуються поліграфічного оформлення написів: чіткість тексту та ілюстрацій; наочність; однозначність тексту, його відповідність споживчим властивостям товару; наведені на маркуванні відомості не повинні вводити покупця й споживача в оману щодо кількості, якості, виробника, країни походження; слід використовувати незмивні, стійкі до впливу зовнішнього середовища фарби, дозволені органами Держсанепідемслужби. Носіями виробничого маркування можуть бути етикетки, вкладиші, ярлики, бирки, контрольні стрічки, клейма, штампи, кольєретки тощо. Носіями торговельного маркування служать цінники, товарні й касові чеки, рахунки, меню, штампи, а також упаковка. На відміну від виробничого, торговельне маркування наноситься не на товар, а на зазначені носії чи експлуатаційні документи. Інша відмінність торговельного маркування полягає в тому, що його ідентифікуюча функція великою мірою пов'язана з вказівкою даних про продавця, меншою — з інформацією про товар. Це обумовлено специфікою носіїв торговельного маркування: невеликі розміри; заповнення даних для кожного товару або покупки; великі витрати ручної праці на маркування; обмежені технічні можливості для нанесення інформаційних даних; призначення — довести інформацію про торгіву фірму.

Завдяки ідентифікуючим функціям окремі носії торговельного маркування служать підставою для пред'явлення претензій продавцю при виявленні дефектів товарів і завданні збитків споживачеві.

Охарактеризуємо основні складові маркування та способи їх відтворення. Маркування може включати три складові елементи: стислий текст, рисунок і умовні позначення товару або інформаційні знаки. Усі ці елементи відрізняються співвідношенням і ступенем доступності товарної інформації, широтою розповсюдження та виконанням різноманітних функцій.

Текст як форма письмової інформації є найбільш поширеним та наймісткішим за кількістю надаваної покупцеві інформації складовим елементом виробничого і торговельного маркування. Для нього характерний високий ступінь доступності інформації про товар для всіх суб'єктів ринкових відносин. Текст може виконувати будь-які з основних функцій маркування, проте найвласивіші йому інформаційна й ідентифікуюча функції. У текстовому елементі маркування можливо використовувати усі форми письмової інформації: літерну, цифрову, словесну. Словесна інформація є найбільш доступною за умови застосування загальнодоступних мови і термінів.

Питома вага тексту в маркуванні залежно від її призначення і носіїв становить 50–100%. Рисунок не завжди присутній на маркуванні. Найуживаніший він у виробничому маркуванні, найменш властивий — торговельному. Як структурний елемент маркування рисунок відрізняється, як правило, високим ступенем доступності й виконує головно емоційну та мотиваційну функції, рідше — інформаційну та ідентифікуючу. Разом із тим в окремих випадках трапляються й винятки, наприклад, коли на маркуванні упаковки і вкладишів у вигляді малюнків подана інформація з експлуатації чи використання товару. Особливо це важливо, коли текст подано іноземною мовою, що характерно для імпорتنих товарів. Питома вага і ступінь доступності інформації рисунка коливається у межах від 0 до 50% усієї товарної інформації на маркуванні.

Умовні позначення, або інформаційні знаки, характерні в основному для виробничого маркування. У товарному маркуванні їх застосовують значно рідше. Мета умовних позначень — ідентифікувати товар конкретної фірми, виділити його з великої кількості аналогічних товарів. У зв'язку з цим їм притаманні: наочність, швидкість розпізнавання, привабливість, виразність, стислість зображення, невелика площа розміщення на носії маркування при високій інформаційній місткості, але менша доступність інформації, яка іноді буває зрозумілою тільки професіоналам, потребуючи спеціального розшифрування для загалу.

Для вітчизняної продукції упаковка товару бренд-скотчем, наклеювання етикеток на товар і стікерування є факторами, що поліпшують просування товару на ринку. Нанесення яскравого кольорового стікера на продукцію може додати набору або окремій одиниці товару святкового й привабливого вигляду, а отже, вигідно виділити його серед інших на полицях магазинів.

Маркування товарів може реалізовуватись наступними способами:

- упаковка акційним бренд-скотчем;
- наклеювання етикеток на товар, у т.ч. й акційних етикеток;
- наклеювання стікерів зі штрих-кодом.

На стікері може міститися нанесений штрих-код, інформація про товар, термін придатності. Стікерування товару є необхідним для дотримання чинного законодавства, а також у випадку, якщо товар потребує індивідуального маркування. Розрізняють різні види стікерів:

- гарантійні — виготовляються для контролю несанкціонованого розкриття на спеціальній пломбовій або саморуйнівному папері і з'єднують статичну й рухому частини упаковки. Основна властивість гарантійних стікерів — руйнування при відклеюванні;
- ідентифікаційні — випускаються для маркування товару з номерною і штрих-ковою персоналізацією, яка дозволяє отримати інформацію про товар, характеристику продукції в електронному вигляді;
- інвентарні — застосовуються для обліку продукції на складі, містять номерну або штрих-ковову персоналізацію. Цей вид стікерів також надає можливість класифікувати продукцію при складуванні;
- датовані — стікери для товарів з терміном придатності або гарантійними термінами. На такому стікері міститься номер серії, пробіл для дати випуску та інша необхідна інформація. Іноді випускають стікери малими партіями без інформації (для заповнення вручну);
- соціальні — призначені для спілкування в соціальних мережах (vk.com, facebook.com і т.д.).

Головним етапом маркування продукції є етикетування. Етикетка на товар наноситься автоматично з допомогою спеціальних машин або вручну.

Етикетки містять необхідну інформацію про продукцію: найменування товару, його ціну, характеристику товару або упаковки (наприклад, габарити, маса чи колір), штрих-код, номер партії, серію, термін придатності, дату виготовлення. Крім того, на етикетку наносять різні графічні умовні позначення, знаки якості, а також логотип компанії-виробника. Етикетки є найбільш інформативними серед усіх різновидів носіїв маркування і можуть навіть включати пояснювальні тексти.

До змісту маркування етикеток пред'являються певні вимоги. Зокрема, на етикетках харчових продуктів обов'язково мають бути присутні відомості про дату виготовлення, термін придатності та умови зберігання, харчову цінність, склад, призначення, умови застосування. Вимоги до етикеток непродовольчих товарів можуть значно варіюватися залежно від виду товару.

Чимале значення має дизайн етикеток, оскільки яскраве і привабливе оформлення товару впливає на позитивне рішення покупця стосовно його придбання. Красиво оформлена етикетка привертає увагу і підвищує ефективність реклами торгової марки, збільшуючи її популярність і, отже, кількість продажів. Популярність ж бренду часто дає привід для націнок, що, відповідно, не може не позначитися на прибутку.

Виготовлення та маркування етикеток є складним технологічним процесом і виконується з використанням спеціалізованих принтерів, що наносять текст і графічні зображення на самоприклеювальний папір невеликої площі.

Популярними сьогодні є два методи нанесення маркування на етикетки — термодрук і термотрансферний друк. При термотрансферному друці етикеток використовують фарбувальну стрічку-рібон. У принтер завантажуються етикет-стрічки, які можуть бути як паперовими, так і виготовленими з матеріалу, до складу якого додають синтетичні складники, наприклад, поліпропілен для збільшення зносостійкості. Термотрансферні принтери здатні друкувати і на тканинній основі, що постійно застосовується для маркування етикеток м'яких іграшок та одягу.

Для маркування етикеток використовують різноманітні принтери: великогабаритні промислові, настільні, мобільні. Промислові принтери етикеток мають високу продуктивність і можуть працювати в доволі агресивному середовищі складів та виробничих приміщень, з підвищеною вологістю повітря і великою кількістю порошу. Настільні принтери для маркування етикеток мають середню продуктивність і придатні для роботи в умовах офісів. Різноманітність моделей принтерів для маркування етикеток надає можливість вибору найбільш оптимальної моделі для конкретного виробничого чи торгового підприємства.

Заслугує на увагу маркування етикеток штрих-кодом, які у виробничій сфері надають можливість ефективного ведення обліку матеріалів та готової продукції, значно знижуючи обсяги трудових затрат. Після того, як на продукцію наклеєний штрих-код, який потім вноситься в базу даних, облік здійснюється автоматично. У сфері логістики етикетки використовуються для обліку товарів, які надходять на склад і відвантажених, а також для обліку руху товарів між складами або в межах одного складу. У торгівлі штрих-коди скануються на касах роздрібних магазинів, і в облікову базу даних відразу заноситься інформація про реалізацію товару. Принтери для маркування етикеток працюють у комплекті зі спеціальним програмним забезпеченням.

Такий процес, як промислове маркування, застосовується в багатьох сферах підприємницької діяльності. Промислове маркування може проводитися з допомогою виробів, виконаних у вигляді олівців, фломастерів, крейди або туб. Отже, для розміщення такого обладнання зовсім не обов'язкова наявність на виробництві великих площ.

Серед безлічі методів нанесення маркування на товар (лазерний, ударно-точковий, метод штампування) широке застосування отримав найбільш дешевий спосіб маркування — друкований, з використанням спеціальних крапле-струминних принтерів. Такий метод користується популярністю у виробників масової продукції і на великих промислових підприємствах, де маркування товару застосовують для внутрішніх цілей. Маркуються абсолютно всі товари масового споживання: алкогольна та безалкогольна продукція, консерви, фармацевтичні товари, продукти побутової хімії, кабелю, пластикові вікна, труби та багато іншого. Маркування товарів за допомогою принтерів EBS може бути нанесене на будь-який товар, легко читається, не стирається, здатне надати покупцям всю інформацію про товар — від ваги і назви товару до логотипу та індивідуального номера компанії (рис.).

EBS-7100



EBS-1501



Рис. Обладнання для маркування товарів

Вибір обладнання здійснюється з урахуванням можливостей та обсягів товарообігу. Це можуть бути універсальні маркери загального призначення, які придатні для маркування практично всіх видів продукції, високотемпературні маркери, здатні легко наносити лінії навіть на гарячу поверхню. У будівельній сфері послуг використовують маркувальні фарбові верстати.

Таким чином, використовуючи маркувальне обладнання, можна легко вносити необхідні зміни в кольорову гаму рисунків і шрифтове оформлення. Промислові маркувальні системи, вмонтовані у будь-яких лініях виробництва, оптимально вдосконалюють технологічні процеси нанесення дати виготовлення, номерів партії, часу і термінів придатності товару, штрих-коду й логотипу організації тощо.

1. Бобров В. И. Технология и дизайн маркировки / Бобров В. И., Варепо Л. Г., Черная И. В. — М. : МГУП, 2010. — 376 с.
2. Кондратов А. П. Градиентные и интервальные термоусаживающиеся материалы для защиты полиграфической продукции от фальсификации / А. П. Кондратов // Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. — 2010. — №3. — С. 57–65.
3. Коншин А. А. Защита полиграфической продукции от фальсификации / А. А. Коншин. — М. : Синус, 1999. — 160 с.
4. О штриховых кодах [Электронный ресурс]. — ID Expert : сообщество профессионалов в области ИД. — Режим доступа : www.idexpert.ru. 510 50. — [23.05.2014].
5. Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] : Закон України : [Док. 1023-12, чинний.— Ред. від 02.12.2012, підстава 5463-17] // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 30. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
6. Федько В. П. Маркировка и сертификация товаров и услуг / В. П. Федько. — Ростов-на-Дону, 2006. — 176 с.
7. Шарифулин М. Защита прежде всего / М. Шарифулин // Publish. — 2000. — № 7. — С. 21.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МАРКИРОВКИ ЭТИКЕТОК ТОВАРОВ

Рассмотрены особенности промышленной маркировки товаров и этикеток, описано требования к их оформлению и способы этикетирования.

TECHNOLOGICAL FEATURES LABEL MARKING GOODS

The features of goods' industrial labeling, requirements for design and methods of labeling described in this article