**АЗБУКА ЗНАКОВ.**

ВВЕДЕНИЕ

Производство конкурентоспособных товаров и услуг, их продвижение на рынки мира является важным фактором стабильности экономики, обеспечения занятости населения улучшения торгового баланса страны. Кроме того, это повышает престиж страны на международной арене и во многом определяет положение державы в международной "табели о рангах".

ЗНАКИ НАГРАД

Поэтому многие страны мира стремятся поощрять фирмы и организации своей страны, добивающихся успехов в экспорте товаров и услуг и/или в содействии экспорту национальных товаров, и выделять их среди остальных компаний. Как правило, это осуществляется путем присуждения фирме специально утвержденного приза - премии за достижения в экспорте, что подтверждается специальным документом. При этом существуют специальные знаки, олицетворяющие эти награды, и фирмалауреат получает право в течение определенного времени помещать этот знак на своих рекламных и деловых документах и материалах. Примерами таких знаков (наград) являются :

Королевская Награда за экспортные достижения в Великобритании, среди лауреатов которой, можно назвать, компанию "C R O S S L E E", изготавливающую широкую гамму стиральных машин и вращающихся барабанных сушилок под торговой маркой "White Knight" ("Белый рыцарь");

Президентская "Е" - и "Е - Star" - награды (США) за выдающиеся успехи в экспорте.

 Для получения первой экспортной награды ("Е") компания

производитель или организация, содействующая экспорту, должна засвидетельствовать значительные достижения по освоению зарубежных рынков на протяжении четырех и более лет.

Лауреаты "Е" - награды получают сертификат, подписанный секретарем по вопросам коммерции от имени президента США, значок с изображением символа награды и белый флаг с голубой "Е" для вывешивания над промышленным предприятием или офисом.

При этом фирмы, организации или частные лица, содействующие экспорту, получают сертификат "Е" - награды в области услуг по содействию экспорту. Поощрением более высокого уровня является "Е - Star" - награда, которая доступна только для обладателей "Е" - награды, продолжающих успешную экспортную деятельность.

В целях информирования широких кругов общественности журнал "Business Amerika" публикует списки экспортеров США - обладателей этих наград. Таким образом, создается ситуация, когда, развивая экспорт своей продукции, компании помогают своей стране, а страна за это отмечает их деятельность, создавая моральные стимулы для предпринимателей. В настоящий момент проблемы конкурентоспособности российских и усиления экспортной политики являются особенно актуальными для экономики России и, учитывая опыт промышленно развитых стран, для их решения могут быть использованы не только материальные, но и моральные стимулы подобные указанным выше.

 ЗНАКИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРАХ

На прошедшей выставке "КОНСУМЭКСПО" (1993 г.) наблюдалось большое внимание производителей и дистрибьютеров к специальной маркировке потребительских товаров. О маркировке потребительских товаров специальными знаками, с целью информирования потребителей о свойствах предлагаемых товаров, хотелось бы рассказать в этой статье подробнее. Большинство знаков, присутствующих на упаковке, этикетках или на самом товаре (за исключением товарных знаков) можно разделить на следующие группы.

1. ЗНАКИ СООТВЕТСТВИЯустановленным требованиям качества

 изготовления и безопасности длялюдей. В этой группе наиболее часто встречаются знак соответствия нормам Европейского Сообщества - "СЕ". Среди прочих товаров, носящих "СЕ" - знак, продукция фирмы "SchwanStabilo" (карандаши, ручки и т. д.), отвечающая требованиям ЕС к изделиям для детей и школьников. Говоря о продукции, носящей национальные знаки соответствия, нужно сказать о южнокорейском опыте. В этой стране упоминаемой маркировке придают достаточно большое значение.

В частности, среди знаков, которыми отмечается продукция высокого уровня, - знаки "Хороший дизайн" и "Хорошее качество". Другим распространенным знаком этой группы является знак "GS" - "проверено на безопасность", удостоверяющий безопасность продукции в соответствии с германскими нормами. Особенно часто этот знак встречался на продукции ФРГ, а сейчас, естественно, на продукции объединенной Германии, производимой или экспортируемой.

Высокий уровень потребления в развитых странах мира приводит к тому, что люди желают, чтобы рекламируемые свойства товаров были подтверждены компетентными органами. Товары, одобренные ими, отмечаются специальными знаками. Это знак "исследован на пригодность для пищевых продуктов", присвоенный Институтом Фресениуса фильтровальным системам "Брита".

2. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ МАРКИРОВКА

Все большее внимание в цивилизованноммире привлекают проблемы, связанные с охраной окружающей среды. Вопросы экологии становятся предметом рассмотрения национальных правительственных и международных органов. Тысячи людей стремятся использовать в основном экологически чистую продукцию, предметы и устройства, не причиняющие ущерба окружающей среде или сводящие этот ущерб к минимуму. В связи с этим встают задачи : - выделения экологически безвредных изделий из всей совокупности промышленных изделий!"; - стимулирования производства и применения экологической продукции; - пропаганды мероприятий по охране окружающей среды и др.. Знаки экологичности условно можно разделить на три

группы.

 2.1. ЗНАКИ, ОТРАЖАЮЩИЕ БЕЗВРЕДНОСТЬ ДЛЯ ЭКОЛОГИИ ИЗДЕЛИЙ В ЦЕЛОМ ИЛИ ИХ ОТДЕЛЬНЫХ СВОЙСТВ.

 Эти же знаки могут применяться для обозначения предметов и устройств, используемых для сбережения природы, а также в качестве экологических символов.

Для обозначения аэрозолей, в составе которых отсутствуют вещества, приводящие к уменьшению озонового слоя, используют особые знаки, центральным элементом которых обычно является изображение земного шара.

Изделия из полимеров, не причиняющих значительного ущерба природе при их утилизации, также обозначаются различными знаками и надписями.

К сожалению, на отечественной продукции эко - знаки почти не ставятся, за редким исключением.

Наиболее известны в этой группе знаки "Белый лебедь" и "Голубой ангел". В Японии "Эко - знак" проставляет Японская ассоциация по охране окружающей среды.

2.2. ЗНАКИ И НАДПИСИ, ПРИЗЫВАЮЩИЕ К ОХРАНЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ЗНАКИ ДЛЯ ОБОЗНАЧЕНИЯ ПРЕДМЕТОВ, ПОДДАЮЩИХСЯ ВТОРИЧНОЙ ОБРАБОТКЕ, И ПРОДУКЦИИ, ПОЛУЧЕННОЙ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПЕРЕРАБОТКИ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ.

Cреди них как гармонизированные знаки, так и собственные разработки фирм-производителей продукции. Примерами могут служить знак, применяемый в США для обозначения бумаги, полученной из вторичного сырья с надписью, говорящей о том, что бумага получена из вторичного сырья, и эмблема вторичной обработки, используемая в США для маркировки продукции из вторичного сырья, соответствующих баков, контейнеров для отходов и в пропагандистских целях.

Кроме того, к этой группе знаков можно отнести различные знаки, с надписями, в которых содержатся призывы не сорить, не загрязнять окружающую среду, сдавать соответствующие предметы (банки, бумагу и т.д.)для вторичной переработки. Подобная маркировка получила широкое распространение во многих странах мира. Отдельные знаки этого вида встречаются и на отечественной продукции, например, на некоторых пакетах с молочными продуктами и др. Правда специалисты утверждают, что эти пакеты поступают из-за рубежа для последующего наполнения.

2.3. ЗНАКИ, ОТОБРАЖАЮЩИЕ ОПАСНОСТЬ ПРЕДМЕТОВ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ.

Для индексации опасности предметов для человека и окружающей среды в странах Европы разработаны соответствующие знаки. Чтобы знаки были понятны, их обычно сопровождают надписями, характеризующими вид опасности (вредно, раздражитель, огнеопасно и т.д.) и содержащими прочие пояснения вредного воздействия и нюансы применения.

 Самым распространенным эко - знаком на продукции из Германии является "GRUNEPUNKT", применяемый в системе мероприятий по предотвращению загрязнения окружающей среды бытовыми отходами иподдержке их вторичной переработки.

Другой знак, это знак, который можно встретить на множестве пишущих принадлежностей высокого качества, производимых фирмой "Schwan - Stabilo", с учетом требований сохранения окружающей и обеспечения безопасности людей.

Наряду с принятыми на международном и национальном уровне, многие фирмы, как уже говорилось, используют собственные знаки длявыделения более экологичной продукции. Так, на стиральные машины, продаваемые под торговой маркой "FORON" помещают знак с надписью "С пониженной степенью вредности для окружающей среды".

 3. ПРЕДУПРЕДИТЕЛЬНАЯ МАРКИРОВКА. Включает в себя информацию по безопасному обращению с предметами потребления. Ее можно

встретить, в основном, на предметах косметики и бытовой химии. В заключении раздела хотелось бы подробнее рассказать о каком - нибудь известном знаке, например, об известнейшем эко знаке "Голубой ангел" Началом истории этого знака можно считать 1974 год, когда в ФРГ

было создано Федеральное Агенство по окружающей среде и ему было

поручено организовать информирование населения о мероприятиях,

направленных на охрану окружающей среды.

В 1978 году на первый продукт был поставлен знак "Голубой ангел". В процедуре рассмотрения и присвоения этого знака участвуют Федеральное Агентство по окружающей среде ( UBA ), Немецкий институт по обеспечению качества и маркировке ( RAL ), Жюри по экологической маркировке ( UZ ), Конфедерация немецкой промышленности ( BDJ ) и т.д. В общем получить такой знак непросто. Система эко - маркировки, существующая в Германии, критикуется с двух сторон : специалисты - экологи утверждают, что знак следует присваивать продукции по целому набору критериев, а не по одному критерию, как это делается сейчас; предприниматели находят систему слишком бюрократичной.

В настоящее время, когда в Европе наметились тенденции создания единой системы эко - маркировки, соответствующие органы Германии скорее противодействуют идее создания единого Еврознака. Они предпочитают, чтобы каждая страна пользовалась своим знаком, а Европейское Сообщество ограничилось представлением технического содействия, например, путем разработки минимальных критериев экологичности. Неизвестно, какая точка зрения возобладает в конечном счете, но важно, чтобы положительные и отрицательные моменты функционирования системы "Голубой ангел" были изучены и учтены, в том числе и при создании отечественной системы эко маркировки.

И в заключении, надо сказать, что наша страна идет по по пути развития цивилизованного потребления, одной из черт которого является возможность выбора того или иного товара и наличие информации, позволяющей правильно его сделать. Поэтому изучение зарубежного опыта потребительской маркировки, развитие отечественных подходов в этой области, их гармонизация с общепринятыми принципами, а также постоянное обеспечение потребительской информацией о знаках и их смысле могут стать актуальными уже в самое ближайшее время.

 МАРКИРОВКА ГРУЗОВ

Манипуляционные знаки.

На пути следования от изготовителя к потребителю чаще всего продукция неоднократно перегружается с одного вида транспорта на другой, сортируется на грузовых площадках ж/д станций, морских и речных портов, где скапливаются тысячи тонн различных грузов. Правильное нанесение на тару, в которую упакован груз, необходимой информации о пункте назначения, получателе, допустимых условиях обращения с грузом во время транспортирования и погрузочно - разгрузочных работ, а также о хранении гарантирует своевременную и надежную доставку груза потребителю. Чтобы обеспечить оперативность обработки грузов, на упаковку наносят маркировку и манипуляционные знаки, которые располагаются в строго определенных местах.

Маркировка - это текст, условные обозначения и рисунки на упаковке и (или) продукции. Манипуляционные знаки - это графическое изображение условий обращения с грузом, центра тяжести, места захвата погрузчиком и стропами. Нанесение маркировки и манипуляционных знаков производится в соответствии с требованиями ГОСТ 14192 - 77 "маркировка грузов".

 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении, надо заметить, что из всех вышеописанных знаков наиболее важными являются знаки на потребительских товарах, поскольку, как уже говорилось, нанесение таких знаков дает довольно хорошую информацию потребителю о данном товаре.

Важнейшее место здесь занимает эко - маркировка, так как в настоящее время среди самых насущных проблем человечества проблема экологии выходит на первый план. Рано или поздно проблемы эко - маркировки коснутся и отечественных производителей продукции ( это заметно уже и сейчас ), и в первую очередь экспортной продукции. Эко - маркировка, наряду с выполнением чисто информационной роли, становится средством рекламы и конкурентной борьбы через установление соответствующих протекционистских барьеров.

Именно поэтому проблемы эко - маркировки должны занять свое место среди первоочередных задач отечественной экономики. И если знаки второй группы могут быть отданы на усмотрение изготовителей продукции и общественных экологических движений, то знаки первой и, особенно, третьей групп должны быть понятны всем, то есть должны быть гармонизированы в общемировом масштабе. Следовательно, проблема их разработки и применения должны стать объектом пристального внимания компетентных государственных и общественных организаций.