

УДК 549.091

С.В. Шевченко, кандидат геологічних наук, доцент, зав. кафедри загальної та структурної геології

E-mail: shevchenko.s.v@ntu.one

О.В. Курса, аспірант кафедри загальної та структурної геології

E-mail: kursa.o.v@ntu.one

НТУ «Дніпровська політехніка»,

пр. Д. Яворницького, 19, Дніпро, 49005, Україна

# Торгові назви і торгові марки природного дорогоцінного каміння як маркетингові інструменти сучасного світового ринку

(Рекомендовано доктором геологічних наук, професором Михайловим В.А.)

У статті наведено історичні назви коштовного каміння, яких бракує у вітчизняному законодавстві, виконано порівняння «статусу» деяких різновидів коштовного каміння у законодавстві США та України, проаналізовано існуючі торгові назви і торгові марки, що з'явилися на ринку протягом останніх десятиліть.

Ключові слова: дорогоцінне каміння, напівдорогоцінне каміння, торгова назва, торгова марка.

## Актуальність

Ринок дорогоцінного каміння протягом кількох останніх десятиліть демонструє появу нових торгових назв, які марно шукати у вітчизняному законодавстві. Водночас слід звернути увагу і на ті торгові назви, які не ввійшли до Закону України «Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними» [1], але відомі на сучасному світовому ринку і з кожним роком лише додають у популярності серед покупців, чисельність яких теж невпинно зростає. Іншими словами, чинна вітчизняна класифікація як мінімум потребує уточнення і доповнення.

## Зв'язок з попередніми дослідженнями

У виконаних в останні роки роботах дослідників Державного гемологічного центру України, а також Науково-до-

слідного експертно-криміналістичного центру МВС України відзначається, яку роль грає класифікація природного каміння України для сприяння підприємству і розвитку вітчизняного ринку, якими є основні підходи до запровадження класифікації коштовного каміння, гармонізованої відповідно до світового досвіду, порушується питання перегляду державних стандартів України у сфері гемології і ювелірної справи, досліджується юридична природа терміну «дорогоцінне каміння», зокрема, у судовій експертизі [2–5].

## Постановка проблеми

Разом з тим не розкритими залишаються питання конкретизації історичних назв коштовного каміння, не врахованих розробниками вітчизняного законодавства, відповідність створеної класифікації правовому полю сучасного світового ринку, а також роль торгових назв і торгових марок у становленні і розвитку сучасного світового ринку.

## Викладення основних результатів

**Класифікації.** Порівняємо позиції коштовного каміння в українському і американському законодавстві. Відповідно до Кодексу Федеральних Правил США [6] термін «precious stones» вживають у такому значенні: це речовина, що має якості дорогоцінної, визнану ринком красу, рідкість і цінність та містить алмаз, корунд (включно з рубінами й сапфірами), берил (включно зі смарагдами й аквамаринами), хризоберил, шпінель, топаз, циркон, турмалін, гранат, кристалічний і криптокристалічний кварц, олівіновий перидот, танзаніт, жадеїт, нефрит, сподумен, польовий шпат, бірюзу, лазурит, опал.

Відразу стає очевидним, що американські законодавці зосередилися на мінералогічних назвах, що дало змогу об'єднати під однією назвою всі можливі різновиди того чи іншого дорогоцінного каменю, передбачивши тим самим можливі відкриття в рамках того чи іншого мінерального виду. Наприклад,

відкриття таких різновидів берилу, як пеццоттаїт (pezzottaite) та джонкойвулаїт (johnkoivulaite) прекрасно вписується в американське законодавство, але ці камені не можуть вважатися дорогоцінними відповідно до законодавства України. Не говорячи вже про надзвичайно рідкісний червоний берил – біксбіт. Назвавши у законі лише аквамарин і берил (очевидно, зелений), українські автори забули про геліодор, мурганіт, гошеніт, ростерит.

Можна продовжити далі і не знайти у вітчизняному законодавстві місця для таких коштовних різновидів гранату, як гранат *Малі*, гранат *малая* (існує проблема коректної інтепретації назв), умбаліт, лейкогранат, райдужний андрадит, тим більше вже не говорячи про надзвичайно коштовні зараз гранати зі зміною кольорів, особливо з олександритовим ефектом.



Гранат малая



Гранат Малі



Умбаліт

З іншого боку, розпочавши перелік кольорових різновидів, українські розробники поданого законодавства зупи-

нилися на деяких назвах. Серед кольорових сапфірів – лише рожевий і жовтий. А як же фіолетовий, зелений, чорний, лейкосапфір, де падпараджа, зрештою, що поєднує в собі помаранчевий і рожевий кольори?

Турмаліни наведені під одним загальним терміном. Але вартість турмаліну *Параїба* немов би натякає, що у такій класифікації його місце – як мінімум у II порядку. Але як про такий турмалін дізнатися українському покупцеві, який вирішив поцікавитися вітчизняним законодавством?

Начисто забули автори нормативного документа такі унікальні коштовні камені, як топаз-імперіал і аметрин. Відсутні такі яскраві камені, як ларимар, петерсит, амоліт, нууміт.

Навівши у законі рідкісний евклаз, чомусь забули про еремеєвіт, таафеїт, мусгравіт, грандидьєрит, сапфірин, дюмортьєрит, енстатит, пейніт і багато інших рідкісних видів дорогоцінного каміння.

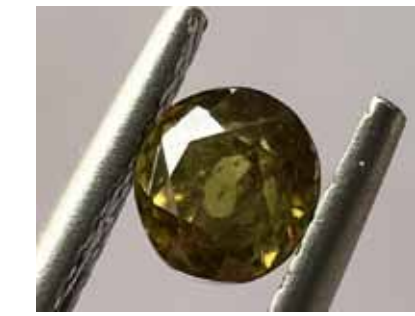
Навівши чудові плеохроїчні камені, такі як кліногуміт, кордієрит, аксиніт, випустили з уваги андалузит, кіаніт, корнерупін, сфен (титаніт), діаспор (султаніт), апатит.

Але підемо далі і порівняємо, які камені з українського законодавства не відповідають американському. Ці результати наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Порівняння статусу деяких коштовних каменів у законодавстві США і України

Вид або різновид	США	Україна
Кварц криптокристалічний	Дорогоцінне	Напівдорогоцінне
Нефрит		
Жадеїт		
Польові шпати		
Лазурит		
Бірюза		

І якщо про халцедони і сердолік, зокрема, можна сперечатися щодо їх «статусу», то фахівцям відомо, що апокарбонатний нефрит чистого білого кольору і наближених відтінків може коштувати до 30 тисяч доларів США за кілограм, а жадеїт під загальною назвою «фей-цуй», який добувають лише у двох регіонах планети (М'янма і Гватемала) оцінюють ще дорожче. Враховуючи значення жадів (нефрит і жадеїт)



Сфен



Діаспор

для культури і ментальності мешканців Китаю, а також той факт, що обсяг ринку жадеїту і ювелірних прикрас з жадеїтом перевищує весь ювелірний ринок світу в декілька разів, навряд чи можна сприймати ці камені у сенсі напівдорогоцінних.

Польові шпати віднесені до напівдорогоцінних. Але ціни на орегонський сонячний камінь (геліоліт) від 500 до понад 1000 доларів США за карат явно суперечать такому розумінню. Та й зважаючи на здоровий глузд, місце польових шпатів – різноманітних іризуючих сонячних каменів, лабрадору, андезину й інших – саме там, де вже присутні адуляр і фероортотлаз, тобто серед каміння дорогоцінного.

Рідкісний афганський лазурит сине-фіолетового кольору (так званий сорт нілі) і бірюза (наприклад, з родовищ Ірану) серед напівдорогоцінного каміння – очевидний нонсенс.

З іншого боку, через те, що в українському законодавстві є, а в американському немає малахіту, чароїту, тигрового і котячого ока, яшми та ще багатьох різновидів, вони не перестають бути коштовним камінням.

Сам термін «напівдорогоцінний», а також тлумачення поняття «дорогоцінне каміння» з додаванням до їх переліку синтетичних і штучних каменів, взагалі, є неприйнятним для світової правової практики. Про це чітко говорять правила, оприлюднені у відомому документі CIBJO «Blue Books».

*Правові і економічні наслідки класифікацій.* Згідно з Постановою КМУ [7], атестацію відповідних різновидів каміння передоручили здійснювати суб'єктам підприємницької діяльності. Але ж який сенс величезному підприємству, де добувають залізисті кварцити, окремо виділяти і атестувати, а потім отримувати відповідну ліцензію на видобуток джеспіліту, який за законодавством належить до напівдорогоцінного каміння, а в розкривних змінених породах часто можливий видобуток псевдоморфоз кварцу по волокнистих мінералах – тигрового, соколиного і котячого ока? Аналогічна ситуація для підприємств з видобутку базальту (можливий супутній видобуток агатів), керамічної сировини (можливий супутній видобуток пегматиту), будівельних гранітів (можливий супутній видобуток епідозиту). Як мотивувати територіальні громади на видобуток скам'янілого дерева на родовищах пісків місцевого значення? Більшість ресурсів коштовного каміння України,

як свідчать результати наших досліджень [8], представлені проявами, і саме в руках територіальних громад вирішення питань їх ефективної розробки.

Таким чином, такі штучно створені перепони не дозволяють ефективно розвиватися внутрішньому ринку. Імпортуємо закордонне, хоча могли б успішно експортувати своє.

*Брендування і торгові марки як інструмент розвитку ринку.* Тепер поглянемо на таку особливість, яка притаманна не лише сучасному ринку, а взагалі спостерігається від початку знайомства людства з коштовним камінням. Мова про намагання якось виокремити певні різновиди серед інших, і якщо раніше маркетингові інструменти дозволяли «запускати» на ринок коштовне каміння під певними торговими назвами, то нині підприємці все частіше звертаються до захисту своїх майнових прав і пропонують покупцям коштовне каміння певних торгових марок.

І мова не лише про кольорове коштовне каміння на кшталт кварцу, турмаліну, гранатів чи навіть рубіну (тут пальму першості з кількості одержаних прав на торгові назви [9] тримає американська компанія «Columbia Gem House, Inc.»). Мова саме про діаманти. Свого часу продукція австралійської копальні з видобутку алмазів «Argyle» дозволила маркетологам створити відповідні промоушн-кампанії для кольорових діамантів. Так на ринку з'явилися торгові назви «Champagne diamond» і «Cognac diamond». А діаманти насиченого коричневого кольору «Chocolate Diamond» віднедавна є торговою маркою компанії «Le Vian Corp» [10].

Наші дослідження щодо торгових назв і торгових марок сучасності лише розпочато, але попередні результати

(табл. 2) вже показують певні напрями, за якими працює сучасна світова маркетингова думка. Звісно, найбільше торгових назв пов'язано з кварцом і різноманітними різновидами кремнезему (скам'яніле дерево, халцедони, яшми). Очевидним є той факт, що підкреслення певних властивостей коштовного каміння у торговій назві (марці) створює привабливу картину в очах покупця і дозволяє продавцю тримати ціни на відповідному рівні, а також збільшувати продажі за рахунок розповсюдження знань (інформації) про нову торгову назву і збільшення кількості покупців.

## Висновки

1. Класифікація природного каміння України в частині дорогоцінного і напівдорогоцінного каміння потребує значного доповнення або переформатування за прикладами кращих світових зразків нормативно-правової творчості.

2. У нинішньому вигляді законодавство України у сфері дорогоцінного каміння не сприяє, а, навпаки, гальмує ініціативи з розвитку вітчизняного ринку – імпортувати товари легше, ніж виробляти власну продукцію, а тим більше її експортувати.

3. Одним з дієвих інструментів розвитку сучасного ринку коштовного каміння є активне застосування торгових назв, а також патентування торгових марок. Це дозволяє сфокусувати увагу покупця на певних властивостях або особливостях коштовного каміння, які виокремлюють його серед інших різновидів і додають привабливості, а попит, зрештою, і визначає успішність і впізнаваність тієї чи іншої торгової назви.

Таблиця 2. Деякі сучасні торгові назви і торгові марки за різновидами дорогоцінного каміння

Корунд	Турмалін	Шпінель	Кварц	Халцедон	Скам'яніле дерево	Хризоліт	Діопсид	Гранат	Алмаз
<b>Pomme Ruby®</b>	Paraiba tourmaline	Cobalt blue spinel	<b>Fire Citrine®</b> Sunset quartz Medusa quartz Fire quartz	Gem Silica Aquaprase Iris Agate	Conk wood Louisiana «Palm Wood»	<b>Mesa Verde Peridot®</b>	<b>Tashmarine®</b> <b>Imperial Diopside®</b>	<b>Grape Garnet®</b> <b>Raja Garnet®</b>	<b>Chocolate Diamond®</b>
<b>Nyala Ruby®</b>	Tourmaline Lagoon	Mahenge spinel	Lavanda quartz Bordo quartz	Blue lace agate Ocean Jasper	Peanut Wood			Ant Hill Garnet	Champagne diamond
Golden sheen sapphire	<b>Seafoam Tourmaline®</b> Liddicoatite Watermelon tourmaline	Jedi spinel	Tangerine quartz Lemon quartz	Agatized Coral				Mali Malaya Umbalite Color change garnet Tavorite	Cognac diamond Salt & Pepper Diamond
			Strawberry quartz Petroleum Quartz Hollandite Star Quartz Dumortierite quartz Grape agate	Mookaite Turritella Agate Apricot Agate Crazy Lace Agate Tree agate					

\*Примітка. Торгові назви показані звичайним шрифтом; торгові марки позначені символом ® і виділені жирним курсивом.

*Використані джерела*

1. Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними: Закон України від 18.11.1997 № 637/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/637/97-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Гелета О.Л., Горобчишин О.В., Кічняєв А.М., Сулова В.М., Нестеровський В.А., Вижва С.А. Основні підходи до запровадження класифікації коштовного і декоративного каміння, гармонізованої відповідно до світового досвіду. *Коштовне та декоративне каміння*. 2017. № 4 (90). С. 17–22.
3. Татарінцев В.І., Вишнеvsька Л.І., Ємельянов І.О., Зубарев С.М. Щодо перегляду державних стандартів України у сфері гемології та ювелірної справи. *Коштовне та декоративне каміння*. 2016. № 4 (86). С. 34–37.
4. Татарінцев В.І., Вишнеvsька Л.І. Дорогоцінне, коштовне каміння: історичні та нормативні аспекти термінології, які впливають на формування Державного фонду дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння України. *Коштовне та декоративне каміння*. 2019. № 1 (95). С. 15–18.
5. Баранов, П.М., Шевченко, С.В., Кірін, Р.С. Юридична природа терміна «дорогоцінне каміння» у судовій експертизі: проблеми та шляхи їх вирішення. *Теорія та практика судової експертизи і криміналістики*. 2020. № 22 С. 555–571. DOI: 10.32353/khrife.2.2020.44
6. CFR. Electronic Code of Federal Regulations (e-CFR). § 1027.100 Definitions. (e) Preciousstone. URL: <https://www.law.cornell.edu/cfr/text/31/1027.100#e>.
7. Про затвердження Правил атестації дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння: постанова КМУ від 06.09.2000 № 1396. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1396-2000-%D0%BF#Text>.
8. Шевченко С.В. Аналіз та закономірності розподілу каменесамоцвітної сировини у тектонічних структурах України: збірник наук. праць Національного гірничого університету. 2023. № 73. С. 76–93. <https://doi.org/10.33271/crpnmu/73.076>
9. Braunwart E. Branding Techniques and the Fashion Industry. *Gems & Gemology*, 2006, 3, 31.
10. Barnes O. (n.d.). Chocolate Diamonds: All You Need to Know before Considering Them. URL: <https://www.thediamondauthority.org/chocolate-diamonds-what-are-they>.

*References*

1. On State Regulation of Mining, Production and Use of Precious Metals and Precious Stones and Control over Transactions with Them: Law of Ukraine dated 18.11.1997 № 637/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/637/97-%D0%B2%D1%80#Text>. [in Ukrainian]
2. Geleta O., Gorobchyshyn O., Kichniaev A., Surova V., Nesterovskiy V., Vyzhva S. The main approaches to the installing of the classification of precious and decorative stones, harmonized in accordance with world experience. *Precious and Decorative Stones*. 2017. № 4 (90). P. 17–22. [in Ukrainian]
3. Tatarintsev V., Vyshnevskaya L., Emelyanov I., Zubarev S. Revision of state standards of Ukraine in the field of gemology and jewelry. *Precious and Decorative Stones*. 2016. № 4 (86). P. 34–37. [in Ukrainian]
4. Tatarintsev V., Vyshnevskaya L. Gemstones, precious stones: historical and normative aspects of terminology that influence on the formation of the State Fund for Precious Metals and Precious Stones of Ukraine. *Precious and Decorative Stones*. 2019. № 1 (95). P. 15–18. [in Ukrainian]
5. Baranov P., Shevchenko S., Kirin R. Legal nature of the term of precious stones in forensic examination: problems and ways for their resolution. *Theory and Practice of Forensic Science and Criminalistics*. 2020. № 22 P. 555–571. DOI: 10.32353/khrife.2.2020.44. [in Ukrainian]
6. CFR. Electronic Code of Federal Regulations (e-CFR). § 1027.100 Definitions. (e) Preciousstone. URL: <https://www.law.cornell.edu/cfr/text/31/1027.100#e>.
7. On the approval of the Regulation in certification of precious stones, precious stones of organogenic formation, semi-precious stones: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated September 6, 2000 No. 1396. Date of update: 01.03.2007. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1396-2000-%D0%BF#Text>. [in Ukrainian]
8. Shevchenko S. Analysis and regularities of gemstone distribution in the tectonic structures of Ukraine: the Collection of Research Papers of the National Mining University. 2023. № 73. P. 76–93. <https://doi.org/10.33271/crpnmu/73.076>. [in Ukrainian]
9. Braunwart E. Branding Techniques and the Fashion Industry. *Gems & Gemology*, 2006, 3, 31.
10. Barnes O. (n.d.). Chocolate Diamonds: All You Need to Know before Considering Them. URL: <https://www.thediamondauthority.org/chocolate-diamonds-what-are-they>.

*UDC 549.091.5*

S. Shevchenko, Ph.D. (Geol.), As. Prof., Head of Department of General and Structural Geology. E-mail: [shevchenko.s.v@nmu.one](mailto:shevchenko.s.v@nmu.one)

O. Kurska, post-graduate student, Department of General and Structural Geology. E-mail: [kurska.o.v@nmu.one](mailto:kursa.o.v@nmu.one)

Dnipro University of Technology,

19 Yavornytsky ave., Dnipro, 49005, Ukraine

*Trade names and trademarks of natural gemstones as marketing tools of modern world market*

*Historical names of gem stones, which are missing in domestic legislation, are given, a comparison of the "status" of some types of gems in legislation of the USA and Ukraine is made, existing trade names and trademarks that have appeared on the market during the last decades are analyzed.*

*Key words: precious and semi-precious stones, trade name, trademark.*