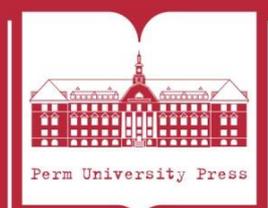


ПЕРМСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Е. А. Антинескул, Е. В. Буркова, А. А. Ясырева

ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ



Пермь 2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Е. А. Антинескул, Е. В. Буркова, А. А. Ясырева

ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

*Допущено методическим советом
Пермского государственного национального
исследовательского университета в качестве
учебного пособия для студентов, обучающихся
по направлению подготовки бакалавров
«Торговое дело»*



Пермь 2023

УДК 338.49(075.8)
ББК 65.05я73
А721

Антинескул Е. А.

А721 Товароведение и экспертиза товаров [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Антинескул, Е. В. Буркова, А. А. Ясырева // Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2023. – 5,51 Мб ; 174 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/Tovarovedenie-i-ekspertiza-tovarov.pdf>. – Заглавие с экрана.

ISBN 978-5-7944-4050-8

В учебном пособии обобщены основные теоретические аспекты дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров», здесь содержатся задания и методические рекомендации по проведению практических и семинарских занятий. Данные материалы помогут студентам применять теоретические знания в области товароведения потребительских товаров в практической деятельности. Издание предназначено для студентов очной формы обучения по направлению 38.03.06 «Торговое дело» и преподавателей учебных дисциплин по экономике, маркетингу, коммерции и товароведению.

УДК 338.49(075.8)
ББК 65.05я73

*Издается по решению кафедры менеджмента, маркетинга и коммерции
Пермского государственного национального исследовательского университета*

Рецензенты: НОЦ «Прикладные нанобиотехнологии» Уральского государственного аграрного университета (директор НОЦ, д-р техн. наук, профессор **С. Л. Тихонов**);

доцент кафедры продовольственного и вещевого обеспечения Военного института войск национальной гвардии Российской Федерации, д-р воен. наук, канд. пед. наук, доцент полковник **А. О. Шангутов**

ISBN 978-5-7944-4050-8

© ПГНИУ, 2023

© Антинескул Е. А., Буркова Е. В., Ясырева А. А., 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ТОВАРОВЕДЕНИЕ	5
2. ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ	46
3. ТОВАРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	67
3.1. МАРКИРОВКА КАК СРЕДСТВО ТОВАРНОЙ ИНФОРМАЦИИ	77
3.2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЗНАКИ.....	85
3.3. МАРКИРОВКА ТОВАРОВ	110
3.4. ШТРИХОВОЕ КОДИРОВАНИЕ	150
ГЛОССАРИЙ.....	161
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	166
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	169

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Товароведение и экспертиза товаров» для бакалавров направления 38.03.06 «Торговое дело» имеет важное значение и является неотъемлемым компонентом блока дисциплин маркетинга и коммерции, посвященных вопросам формирования стратегии и управления.

Целью практических занятий является ознакомление с основными теоретическими определениями и методами товароведения, кодированием товаров, методиками расчета товарных потерь, маркировкой товаров и методами определения их соответствия сопроводительным документам. В каждом разделе кратко изложена теоретическая часть и даны практические задания для закрепления теоретических знаний.

Основные задачи курса:

- получение знаний об основных методах классификации – фасетный и иерархический;
- изучение номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров;
- изучение различных видов показателей качества;
- изучение классификаций дефектов;
- формирование умений рассчитывать и отбирать пробы из товарной партии;
- ознакомление с органолептическими методами оценки качества товаров и приобретения навыков применения их в практической деятельности.
- изучение средств информации о товаре;
- оценка соответствия товарной информации требованиям технических нормативных правовых актов;
- оценка факторов, формирующих свойства и качество продукции.

Учебное пособие «Товароведение и экспертиза товаров» наряду с дисциплинами «Категорийный менеджмент», «Мерчандайзинг» и «Логистика» формирует базу образования маркетологов и коммерсантов. Между этими дисциплинами тесная связь, их изучение помогает студентам сформировать четкое представление об особенностях развития торговой сети как ключевого канала сбыта в сфере бизнеса.

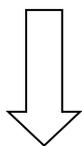
1. ТОВАРОВЕДЕНИЕ

Продукция – материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных и потенциальных потребностей.

Две особенности:

- а) должна быть произведена;
- б) должна удовлетворять чьи-то потребности.

Товароведение – наука и учебная дисциплина об основополагающих характеристиках товаров, определяющих потребительские свойства, и факторах обеспечения этих характеристик.



Предмет товароведения потребительские стоимости товаров, они делают продукцию товаром, удовлетворяя конкретные потребности человека



Цель товароведения изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительскую стоимость, а также их изменений на всех этапах товародвижения

Источник: составлено авторами.

Рис. 1. Товароведение как наука

Задачи товароведения

Товароведение как наука и учебная дисциплина должна решать следующие основные задачи:

- 1) изучение потребительских свойств товара, качества товаров;
- 2) изучение ассортимента, воздействие на его расширение, улучшение;
- 3) изучение факторов, влияющих на формирование и сохранение качества товара;
- 4) проведение оценки качества;
- 5) выявление градаций качества и дефектов, причин их возникновения и предупреждения;
- 6) определение количественных характеристик единичных экземпляров и партий;
- 7) систематизация множества товаров путем применения классификации, штрихового кодирования.

Объекты товароведной деятельности

Объектами товароведной деятельности являются **потребительские товары** и **товары производственного назначения**.

Товар – объект гражданских прав (работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот и имеющий эквивалентную стоимость.

Продовольственные товары – продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная

продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки¹.

Непродовольственные товары – продукты производственного процесса, предназначенные для продажи населению, юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, но не с целью употребления в пищу человеком².

Товар – объект, имеющий четыре основополагающие характеристики: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная (рис. 2).



Рис 2. Основополагающие характеристики товара

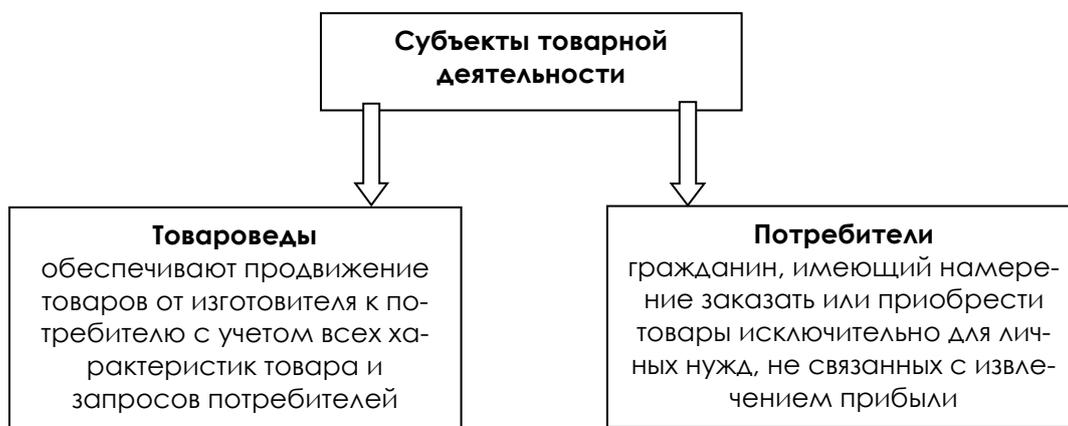
Источник: составлено авторами.

¹ Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Ст. 2

² ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения (с изм. № 1, с поправкой).

Субъекты товароведной деятельности

Группы субъектов товароведной деятельности: товароведы и потребители
(рис. 3).



Источник: составлено авторами.

Рис. 3. Субъекты товарной деятельности

Метод (от греч. methodos) – способ познания, исследования явлений природы или общественной жизни, а также способ или прием действия, обеспечивающий достижение поставленной цели (табл. 1).

Таблица 1

Методы товароведения

Методы товароведения		
<p>Теоретические методы методы, основанные на мыслительных действиях, и результаты исследования</p>	<p>Эмпирические методы (экспериментальные методы) – методы познания, основанные на опыте или наблюдениях</p>	<p>Практические методы методы, основанные на технологических действиях и операциях, предназначенных для определения характеристик товара (качества, количества, товарной информации) и обеспечения их сохранности при товародвижении.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Анализ ➤ Синтез ➤ Диагностика ➤ Моделирование ➤ Абстрагирование ➤ Идеализация ➤ Систематизация 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Измерительные ➤ Социологические ➤ Органолептические ➤ Экспертные ➤ Регистрационные ➤ Мониторинг 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Методы упаковывания ➤ Метод маркирования ➤ Метод транспортирования ➤ Метод хранения ➤ Метод товарной обработки

Классификация как метод товароведения

Классификация – разделение множество объектов на подмножества по сходству или разделению в соответствии с принятыми методами

Объект классификации – элемент классифицируемого множества (товар).

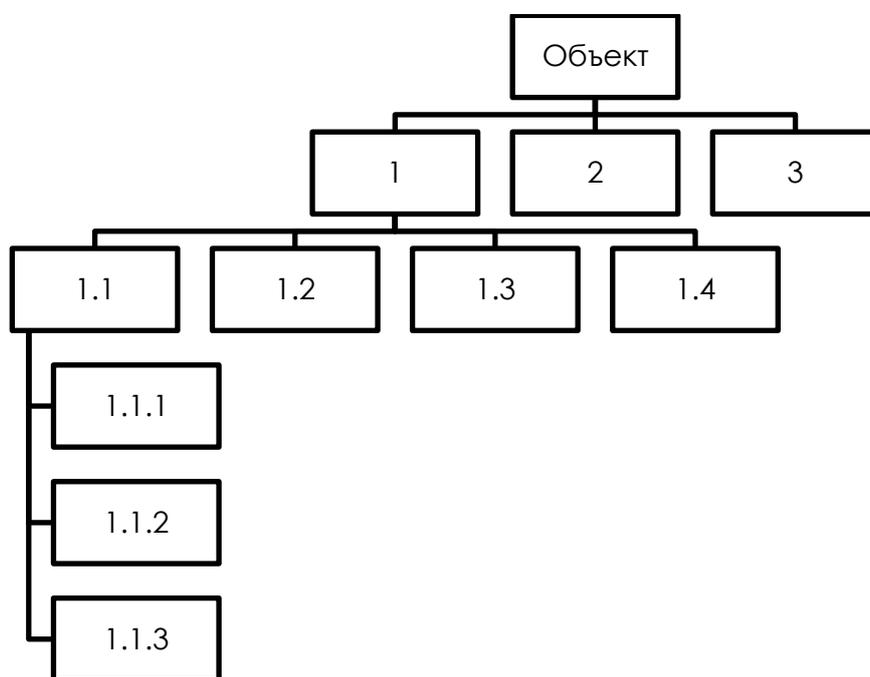
Признак классификации – свойство или характеристика объекта, по которому производится классификация:

- сырьевой;
- технологический;
- конструкторский;
- рецептурный;
- компонентный;
- структурный.

Методы классификации

Иерархический метод

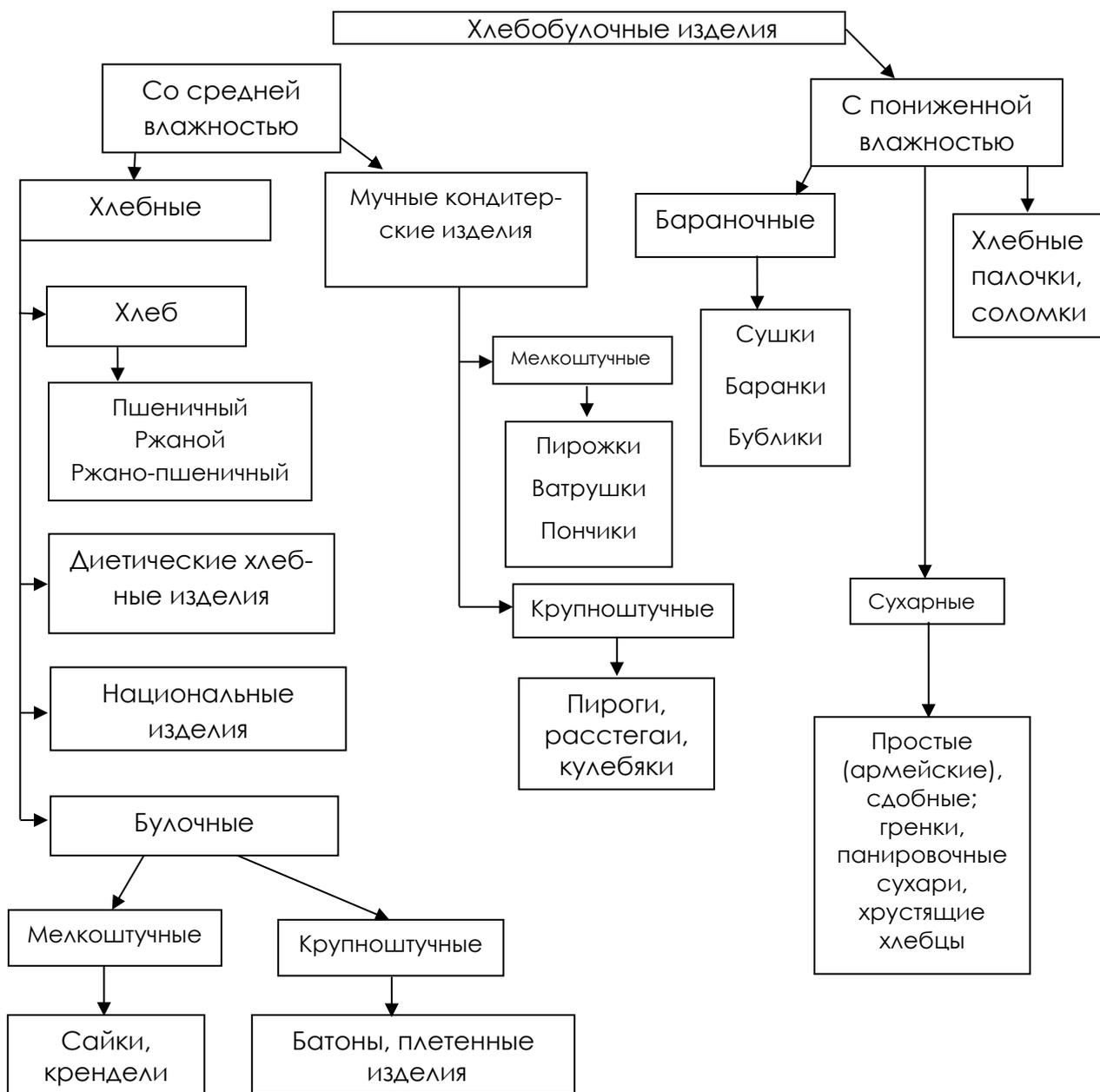
Последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки (рис. 4, 5).



Источник: составлено авторами.

Рис. 4. Иерархический метод классификации

В основу деления множества на подмножества по основополагающему для данного этапа признаку положена ступень классификации.

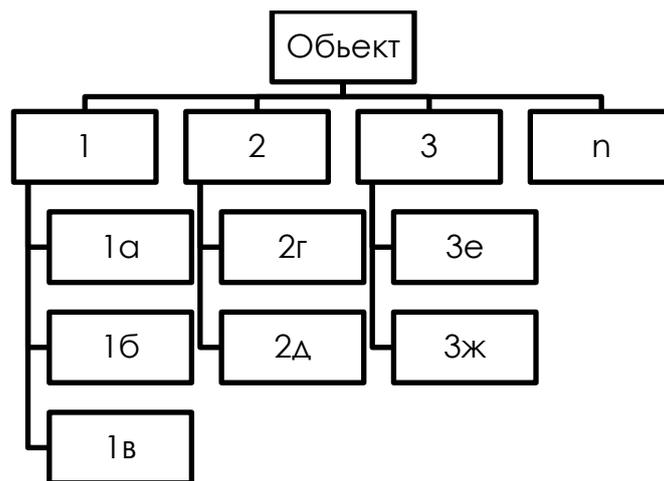


Источник: составлено авторами.

Рис. 5. Пример иерархического метода

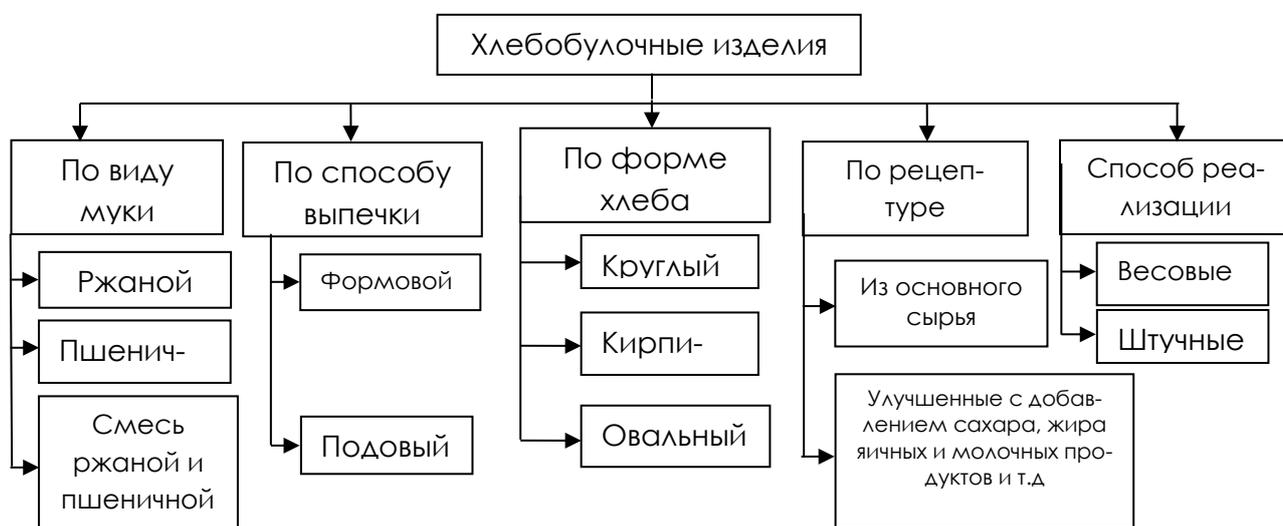
Фасетный метод

Параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки (рис. 6, 7).



Источник: составлено авторами.

Рис. 6. Фасетный метод классификации



Источник: составлено авторами.

Рис. 7. Пример фасетного метода

Особенностью фасетного метода является то, что разные признаки не связаны между собой.

Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.

Свойства и показатели качества

Свойства товара, обуславливающие его полезность в процессе эксплуатации и потребления, называют потребительскими.

Показатель качества – количественное и качественное выражение свойств продукции (или товара) (рис. 8).



Источник: составлено авторами.

Рис 8. Показатели качества

Требования к качеству – это условия и особенности, которым товары должны соответствовать, чтобы их можно было использовать по назначению при определенных условиях в течение определенного времени.

В зависимости от различных классификационных признаков требования к товарам подразделяются на:

- текущие и перспективные;
- общие, частные и специфические;
- обязательные и рекомендуемые.

Текущие требования – разрабатываются и предъявляются к серийно выпускаемой продукции. Требования, как правило, регламентируются нормативными и техническими документами. Текущие требования периодически пересматриваются, уточняются и изменяются.

Перспективные требования – объединяют более широкий и высокий по уровню комплекс параметров продукции. Их разрабатывают на основе текущих требований. При разработке перспективных требований в обязательном порядке учитывают изменение общественных и индивидуальных потребностей.

В зависимости от степени охвата товаров требования бывают общие, частные и специфические.

Общие требования в равной степени предъявляются к одному или к преобладающему большинству товаров.

К общим требованиям относятся:

- требования к выполнению основной и вспомогательных функций;
- требования безопасности для жизни и здоровья потребителя;
- требования безопасности окружающей среды;
- требования надежности в эксплуатации в пределах установленного срока;
- эргономические требования;
- эстетические требования;
- требования к маркировке товаров;
- требования к упаковке, хранению и транспортированию и др.

Специфические требования предъявляются к более узкой группе товаров, а *частные требования* предъявляются к конкретному товару.

По характеру исполнения выделяют обязательные и рекомендуемые требования.

Обязательные требования являются безусловными для исполнения. Например, это требования к безопасности, которые предъявляют ко всем группам товаров независимо от страны происхождения и условий сделки.

Рекомендуемые требования содержат указания, которые предлагаются для добровольного исполнения. Часто рекомендуемые требования содержат условия, выполнение которых в будущем позволит соответствовать обязательным требованиям.

По методам определения показатели качества подразделяются на группы: органолептические, измерительные, регистрационные, расчетные, экспертные, социологические, методы опытной эксплуатации, размерные и безразмерные (табл. 2).

Методы товароведения и показатели качества

Метод	Показатель качества
Органолептические	Внешний вид, вкус, запах, консистенция
Измерительные	Масса, формы, размеры, массовая доля жира, белка, степень обсемененности продуктов питания микроорганизмами
Регистрационные	Количество дефектных изделий в партии и т.д.
Расчетные	Содержание сухих веществ, фруктозы, глюкозы и т.д.)
Экспертные	Коэффициент весомости, уровни качества и др.)
Социологические	Бальная оценка и количество опрошенных покупателей
Методы опытной эксплуатации	Оценка влияния косметических средств на кожу человека и др.
Размерные	Градусы, проценты, балы и др.
Безразмерные	Проценты или другие безразмерные величины

По характеризующим свойствам показатели качества следующие: надежность, эргономические, экологические, эстетические, безопасность, технологичность, транспортабельность, стандартизация и унификация, патентно-правовые, экономические (табл. 3).

Назначение показателей качества и пищевая ценность товаров

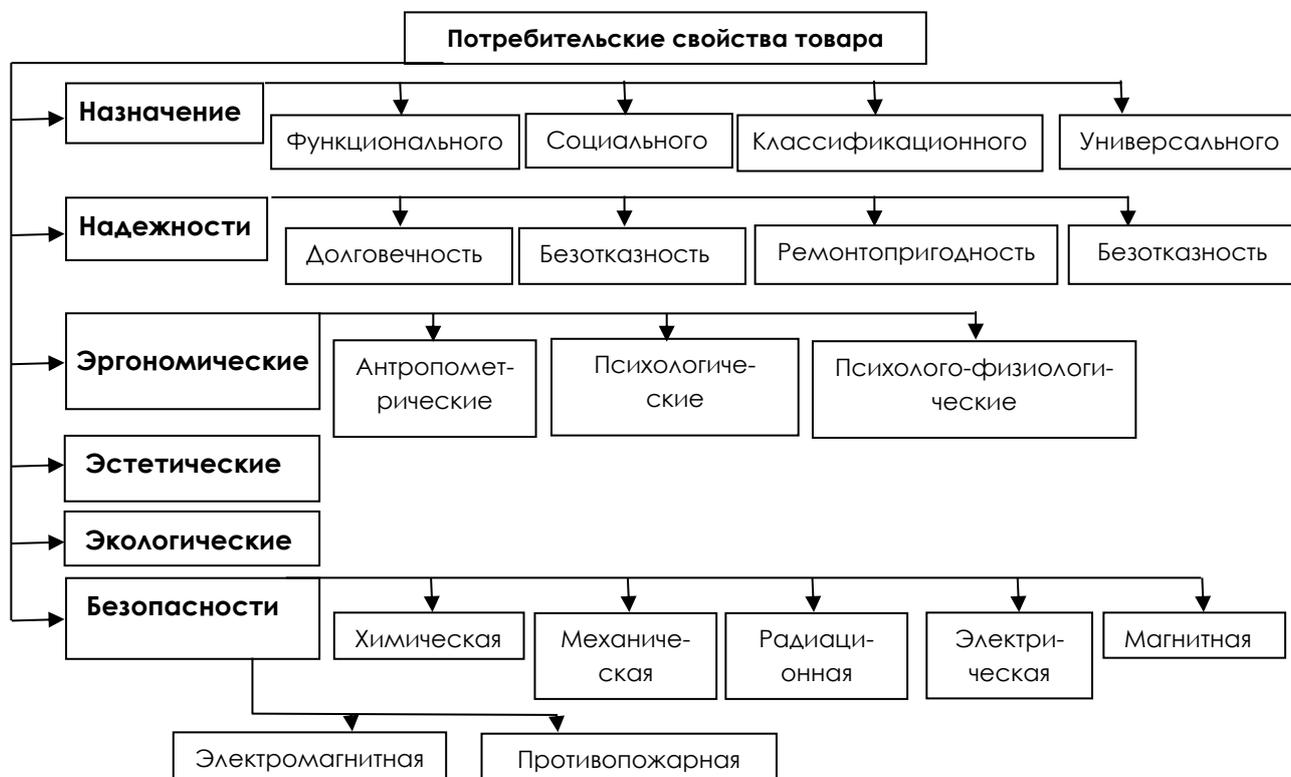
Назначение	Пищевая ценность, показатели химического состава
Надежность	Срок хранения, температурные параметры, наличие консервантов, антиоксидантов и др.
Эргономические	Усвояемость белков, жиров и углеводов, соответствие емкости потребительской тары массе человека и др.)
Экологические	Предельно допустимые концентраты вредных веществ
Эстетические	Целостность, совершенство производственного исполнения и др.
Безопасность	Содержание тяжелых металлов, пестицидов и др.
Технологичность	Увеличение массы макаронных изделий после варки, вязкость
Транспортабельность	Средняя продолжительность подготовки продукции к транспортированию, средняя стоимость перевозки и др.
Стандартизация и унификация	Установление норм и оптимального числа разновидностей продукции
Патентно-правовые	Патентная чистота и защита
Экономические	Затраты на разработку, изготовление, обслуживание

По применению для оценки уровня качества показатели делятся на **базовые, относительные, регламентированные, определяющие, номинальные, предельные, оптимальные и допустимые.**

По стадии определения показатели делят **на прогнозируемые, проектные, операционные, эксплуатационные.**

Номенклатура потребительских свойств и показателей

Номенклатура потребительских свойств и показателей – совокупность свойств и показателей, отвечающих запросу на удовлетворение реальных или предполагаемых потребностей (рис. 9).



Источник: составлено авторами.

Рис 9. Потребительские свойства и показатели качества

Информационные ресурсы в коммерческой деятельности

Как было сказано ранее, информационные ресурсы (ИР) – отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах).

В зависимости от носителей информации ИР, предназначенные для использования в товароведной деятельности, делятся на две подгруппы: нормативные и технические документы.

Нормативный документ (НД): документ, устанавливающий правила, общие принципы или характеристики, касающиеся различных видов деятельности или их результатов (ГОСТ Р 1.1-2002 Межгосударственная система стандартизации. Термины и определения).

Необходимые понятия в области нормативных документов регламентируются законом «О техническом регулировании» от 27.12. 2002 г. №184-ФЗ (далее ФЗ «О ТР»):

Технический регламент – документ, который принят международным договором Российской Федерации подлежащим ратификации в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, или в соответствии с международным договором Российской Федерации, ратифицированным в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, или федеральным законом, или указом Президента Российской Федерации, или постановлением Правительства Российской Федерации, или нормативным правовым актом Федерального органа исполнительной власти по техническому регулированию и устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам технического регулирования (продукции или к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации).

К документам в области стандартизации, используемым на территории Российской Федерации, относятся:

Стандарт – документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт также может содержать правила и методы исследований (испытаний), измерений, правила отбора образцов, требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения (в ред. ФЗ от 01.05.2007 г. №65-ФЗ).

Международный стандарт – стандарт, принятый международной организацией.

Стандарт иностранного государства – стандарт, принятый национальным (компетентным) органом (организацией) по стандартизации иностранного государства.

Региональный стандарт – стандарт, принятый региональной организацией по стандартизации.

Национальный стандарт – стандарт, утвержденный национальным органом Российской Федерации по стандартизации.

Предварительный национальный стандарт – документ в области стандартизации, который утвержден национальным органом Российской Федерации по стандартизации и срок действия которого ограничен.

Применение национального стандарта подтверждается знаком соответствия национальному стандарту.

Согласно ГОСТ 1.1-2002, различают следующие виды стандартов, которые непосредственно могут использоваться в торгово-посреднической и товаро-ведной деятельности:

Стандарт на продукцию – стандарт, устанавливающий требования, которым должна удовлетворять продукция или группа однородной продукции с тем, чтобы обеспечить ее соответствие своему назначению.

Стандарт на процесс – стандарт, устанавливающий требования, которым должен удовлетворять процесс с тем, чтобы обеспечить соответствие процесса его назначению.

Стандарт на услугу – стандарт, устанавливающий требования, которым должна удовлетворять услуга или группа однородных услуг с тем, чтобы обеспечить соответствие услуги его назначению.

Стандарт на методы контроля – стандарт, устанавливающий методы, способы, приемы, методики проведения испытаний, измерений и/или анализа.

Технические условия (ТУ) являются техническим документом, в котором производитель устанавливает требования к качеству и безопасности конкретного продукта, необходимые и достаточные для идентификации продукта, контроля его качества и безопасности при изготовлении, хранении и транспортировании.

ТУ разрабатываются по следующим позициям:

- при отсутствии ГОСТ Р или ГОСТ вида ОТУ или ТУ;
- при наличии этих стандартов, но изготовителю необходимо уточнить или дополнить требования к конкретному продукту.

Требования, устанавливаемые в ТУ, должны соответствовать законодательно нормативной документации, действующей на территории Российской Федерации.

Текст ТУ должен быть кратким, точным, не допускающим различных толкований, логически последовательным, необходимым и достаточным для понимания содержания ТУ. Регистрацию ТУ осуществляет держатель подлинника. Информация о ТУ предоставляется в ЦСМ через каталожные листы продукции, на основе которых формируется региональный банк данных о продукции и федеральный банк данных «Продукция России», включающие данные о ТУ. Правила оформления и структура ТУ регламентированы ГОСТ 2.114-95 ЕСКД. *Технические условия*, а также ГОСТ Р 51740 *Технические условия на пищевые продукты*.

Отличие **стандарта организации (СТО)** от технических условий заключается в статусе этих документов. Статья 13 ФЗ «О ТР» определяет СТО в качестве документов в области стандартизации.

Среди перечисленных нормативных документов наиболее значимую для изготовителей, продавцов и потребителей информацию содержат стандарты на продукцию. Объектами их стандартизации являются классификация и ассортимент группы однородной продукции, требования к качеству, требования безопасности и охраны окружающей среды, указания по эксплуатации (ремонту, утилизации) и др.

Стандарты на продукцию подразделяются на общие технические условия и технические требования, отличающиеся полнотой информации о товаре. Наиболее полную информацию дают общие технические условия, в которых, кроме перечисленных выше объектов стандартизации, регламентируются номенклатура используемого сырья, методы испытаний (анализа, контроля), в том

числе правила отбора проб, требования к упаковке, маркировке; условия и сроки хранения и транспортирования, в отдельных случаях гарантии поставщика.

В технических требованиях обычно даются только классификация и ассортимент, номенклатура показателей и их регламентированные значения.

Другие виды стандартов: стандарты на процессы, на методы испытаний (контроля) регламентируют требования к процессам производства, упаковки, маркировки, транспортирования и хранения, а также устанавливают наиболее приемлемые и достоверные методы испытаний, анализа и контроля.

Эта информация представляет интерес для изготовителей и продавцов, а для потребителя многие из указанных требований порой бесполезны, за исключением условий и сроков хранения, если эти товары подлежат хранению.

Поэтому информация в стандартах на процессы и методы испытаний (контроля) относится к коммерческой. Не является исключением и информация об условиях хранения, так как в стандартах предусмотрены условия хранения в промышленных хранилищах (складах) или в розничной торговой сети, а потребителя интересуют особенности условий домашнего хранения. Такая информация в стандартах чаще отсутствует.

Основополагающие стандарты должны быть исключены как возможный источник информации о товаре.

Общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации (далее – общероссийские классификаторы) – нормативные документы, распределяющие технико-экономическую и социальную информацию в соответствии с ее классификацией (классами, группами, видами и другим) и являющиеся обязательными для применения при создании государственных информационных систем и информационных ресурсов и межведомственном обмене информацией.

Определенный вклад в информационное обеспечение вносят и общероссийские классификаторы технико-экономической информации: в первую очередь Общероссийский классификатор продукции (ОК-005-93), а также Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности ТС (ТН ВЭД ТС), в которых приводятся коды отечественной (по ОК) и импортируемой (ТН ВЭД ЕАС) продукции и ее наименования. Эти документы используются для расшифровки порядковых ассортиментных номеров в технических документах и на маркировке.

Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54 (ред. от 05.04.2016) утверждена единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза.

ТН ВЭД ЕАС используется Федеральной таможенной службой РФ (ФТС России) при таможенном оформлении и контроле товаров, ведении таможенных экономических операций (определении таможенной пошлины, таможенной стоимости, отчетности, планировании и др.), ведении таможенной статистики внешней торговли, изучении товарной структуры внешней торговли.

Товарная номенклатура – это систематизированный перечень товаров с системой цифровых кодов, позволяющих представить информацию в удобной

форме для сбора, передачи, практической деятельности в автоматизированной системе.

Правильное определение товара имеет решающее значение при установлении ставок таможенного тарифа, режима, льгот, платежей. Уклонение от принятого порядка перемещения товара через таможенную границу РФ, заявления неправильного кода или указания неверных данных в ФТС России влечет ответственность в соответствии с таможенным законодательством.

Правила торговли, утвержденные правительством, являются носителями информации о порядке реализации отдельных групп товаров. Эта информация носит в основном коммерческий характер, но представляет интерес и для потребителей.

Завершая рассмотрение нормативных документов как средств товарной информации, следует сказать об их доступности для пользователей. До настоящего времени нормативные документы (НД) были малодоступны не только для потребителей, но и для изготовителей и продавцов из-за очень высоких цен, которые определялись монопольным правом Госстандарта на их размножение и распространение, что, несомненно, снижало роль НД как одного из важнейших средств товарной информации. Однако в настоящее время с развитием информационных ресурсов перечисленные документы доступны широкому кругу пользователей сети Интернет, где находятся в открытом доступе.

Технические документы, содержащие информацию о товарах, подразделяются на следующие группы: товаросопроводительные, эксплуатационные, проектно-конструкторские.

Поскольку перечень технических документов достаточно обширен, а, кроме того, контролирующие органы при проверке предприятий торговли уделяют особое внимание наличию и правильности заполнения товаросопроводительных документов, то они будут подробно рассмотрены в отдельной главе.

Товаросопроводительные документы (ТСД) – документы, содержащие необходимую и достаточную информацию для идентификации товарных партий на всем пути товародвижения. ТСД предназначены в основном для изготовителей и продавцов, относятся к коммерческой информации. В таблице 4 представлена классификация товаросопроводительных документов.

В отличие от нормативных документов ТСД имеют слабую правовую основу. Требования к составлению многих из них регламентированы недостаточно или совсем не установлены. Это приводит к многообразию форм составления ТСД, что не всегда оправданно и нерационально, так как отсутствие унифицированного подхода затрудняет анализ и сопоставимость сведений, приведенных в аналогичных документах.

Исключение составляют многие виды ТСД по качеству товаров, нормативная база которых заложена в стандартах, правилах, инструктивных письмах Росстандарта.

ТСД в зависимости от характеристик товара подразделяются на следующие виды: количественные, качественные, расчетные и комплексные. Разновидности ТСД определяются назначением конкретных документов (см. табл. 4).

Классификация товаросопроводительных документов

Товаросопроводительные документы			
Количественные	Качественные	Расчетные	Комплексные
– накладные; – акты об установленном расхождении в количестве товаров; – коммерческие акты	– сертификаты соответствия; – декларации о соответствии; – ветеринарные свидетельства и справки; – экспертные заключения фитосанитарного контроля	– протоколы голосования цен; – счета; – счета-фактуры	– накладные (товарно-транспортные, железнодорожные)

Количественные ТСД – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о количественных характеристиках товаров или товарных партий. Кроме размерных характеристик (масса, длина, объем и т.п.), в них обязательно содержатся сведения, идентифицирующие товар, к которому эти характеристики относятся (наименование, при необходимости сорт, марка и т.п.). Иногда в количественных ТСД содержится информация о ценах.

К количественным ТСД относятся накладные, акты об установленном расхождении в количестве товаров, коммерческие акты, акты отбора образцов. Такие документы, как отвесы, заборные листы, имеют внутрихозяйственное назначение и могут использоваться на усмотрение руководства торгового предприятия. Другие служат приложением к накладным (упаковочные листы, спецификации), поэтому нет необходимости расширять в них перечень сведений о товаре, его изготовителе, дате выпуска и проч.

Акты об установленном расхождении в количестве товаров составляют в тех случаях, когда фактическое количество товаров при приемке не совпадает с количеством, указанным в документах. Чаще такие акты составляют для товарных партий импортных товаров. Обычно это делают в присутствии материально ответственного лица предприятия-получателя, представителя иностранного поставщика, а при его отсутствии и согласии – эксперта Торгово-промышленной палаты или компетентного представителя незаинтересованной организации.

Коммерческий акт составляется при обнаружении количественных расхождений между фактическими и документальными данными при приемке товарных партий от органов железнодорожного транспорта с обязательным присутствием представителей последних.

Указанные документы предназначены для передачи сведений поставщику о количественных потерях товаров при транспортировании, обнаруженных при их приемке.

Качественные ТСД – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о качестве товаров (образцов, товарных партий каждого изделия). ТСД содержат не только сведения о качественных характеристиках товаров, их значениях, градациях качества (стандартная, нестандартная, брак, отход), но и о наименованиях товаров, их изготовителях (поставщиках, отправителях), датах выработки (отгрузки), а также другие необходимые сведения. Однако основная часть товаросопроводительных документов, относящихся к

категории качественных, содержит сведения лишь о подтверждении соответствия, т.е. безопасности товара.

Сертификат соответствия ГОСТ Р подтверждает соответствие объекта нормативным актам в системе ГОСТ Р (см. прил. 1). Обозначение на маркировке товара – знак обязательной сертификации.

Сертификат соответствия должен быть составлен на бланке установленной формы – желтого цвета с водяными знаками. Правила его заполнения регламентированы письмом Госстандарта от 30 сентября 1994 г. «Правила заполнения бланков сертификата» (с изм. от 30 июня 2004 г. № 2). Однако следует отметить, что сертификат соответствия в системе сертификации ГОСТ Р уходит в прошлое, так как с 14 февраля 2010 г. все продовольственные товары и парфюмерно-косметическая продукция подлежат декларированию соответствия (Постановление Правительства № 982 (перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации или декларированию). Данный вид сертификата еще встречается для продукции с длительным (например, консервы) или неограниченным сроком хранения (например, игрушки).

Практикующие работники торговли отмечают, что недобросовестные поставщики по сей день используют данный бланк сертификата с целью подделки товаросопроводительных документов. В таком документе необходимо особо обращать внимание на срок его действия.

Добровольный сертификат соответствия не является обязательным товаросопроводительным документом. Основное отличие документа – знак добровольной сертификации в левом верхнем углу бланка (см. прил. 2). Такой же знак добровольной сертификации будет стоять и в маркировке товара наряду со знаком подтверждения соответствия.

Добровольная сертификация товаров и услуг на данный момент дает производителю дополнительные конкурентные преимущества на рынке аналогичных товаров и услуг. Для предприятий торговли этот документ не является обязательным.

Следует особо отметить, что при приемке товаров он не заменяет обязательные сопроводительные документы – декларацию или сертификат соответствия. Данный сертификат оформляется на бланке голубого цвета.

Номера сертификатов подлежат расшифровке (рис. 10).

Код типа продукции в номере сертификата позволяет по номеру определить его вид – обязательный («А» или «В») или добровольный («С» или «Н»). Это имеет особое значение, когда партия товара сопровождается реестром сертификатов и деклараций (будет рассмотрен ниже).

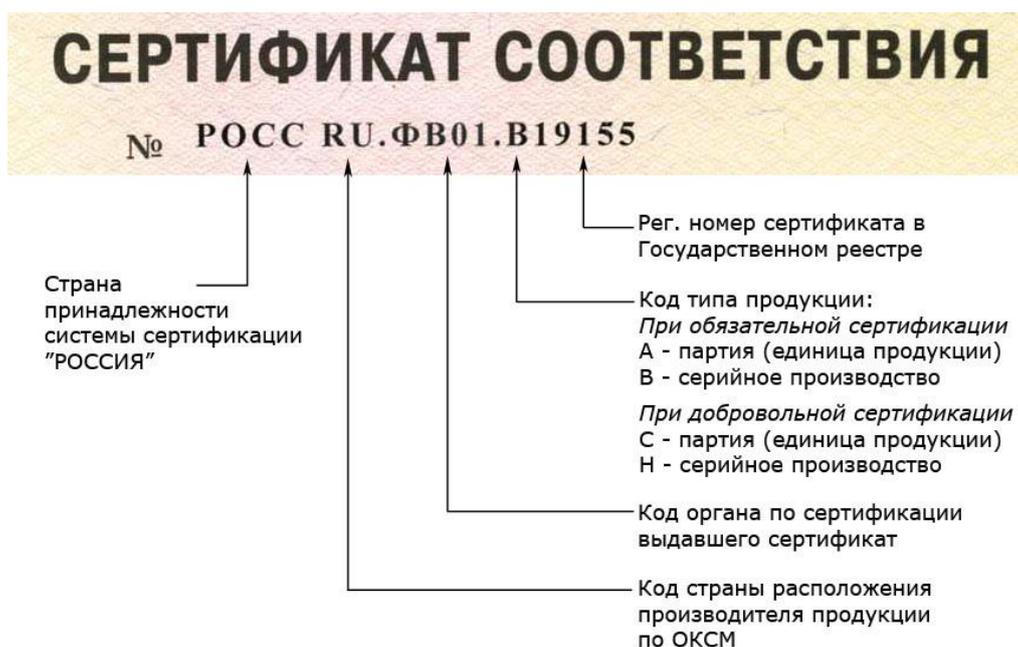
Декларация о соответствии – это документ, удостоверяющий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов (см. прил. 3). При этом декларирование соответствия осуществляется по одной из следующих схем (ФЗ «О ТР»):

- 1) принятие декларации о соответствии на основании собственных доказательств (технической документации, результатов собственных исследований и др.);

2) принятие декларации о соответствии на основании собственных доказательств, доказательств, полученных с участием органа по сертификации и (или) аккредитованной испытательной лаборатории (центра).

Декларация о соответствии оформляется на русском языке и должна содержать:

- наименование и местонахождение заявителя;
- наименование и местонахождение изготовителя;
- информацию об объекте подтверждения соответствия, позволяющую идентифицировать этот объект;
- наименование технического регламента, на соответствие требованиям которого подтверждается продукция;
- указание на схему декларирования соответствия;
- заявление заявителя о безопасности продукции при ее использовании в соответствии с целевым назначением и принятии заявителем мер по обеспечению соответствия продукции требованиям технических регламентов;
- сведения о проведенных исследованиях (испытаниях), сертификате системы менеджмента качества, а также документах, послуживших основанием для подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов.



Источник: составлено авторами.

Рис. 10. Расшифровка номера сертификата соответствия (система ГОСТ Р)

Декларация о соответствии оформляется на обычной бумаге формата А4, и заверяется заявителем (производителем или импортером продукции) – печатью организации и подписью ее руководителя.

Орган по сертификации присваивает декларации о соответствии номер и регистрирует ее в едином реестре деклараций Росаккредитации. Обозначение на маркировке товара – знак декларирования.

Пример.

РОСС RU.AE81.Д.08576;

РОСС – документ получен в государственной системе оценки соответствия РФ;

RU – страна происхождения товара;

AE81 – код сертификационного органа, зарегистрировавшего декларацию о соответствии;

Д – тип документа – декларация о соответствии;

08576 – порядковый номер документа.

Срок действия декларации о соответствии определяется техническим регламентом. Декларация о соответствии и составляющие доказательственные материалы хранятся у заявителя в течение трех лет с момента окончания срока действия декларации.

Сертификат соответствия техническому регламенту РФ подтверждает соответствие продукции требованиям технических регламентов Российской Федерации и выдается заявителю органом по сертификации (обязательна схема сертификации). Сертификат оформляется на защищенном от подделки бланке строгой отчетности (отличительные особенности: надпись «Российская Федерация» (см. прил. 3). В верхней части бланка печать сертификационного органа содержит знак обращения на рынке (такое же обозначение будет и в маркировке товара).

Сертификат соответствия РФ включает в себя:

- наименование документа (сертификат соответствия);
- регистрационный номер сертификата (не следует путать с номером бланка, который находится в правом верхнем углу);
- наименование и местонахождение заявителя;
- наименование и местонахождение изготовителя продукции, прошедшей сертификацию;
- наименование и местонахождение органа по сертификации, выдавшего сертификат соответствия;
- информацию об объекте сертификации, позволяющую идентифицировать этот объект;
- наименование технического регламента, на соответствие требованиям которого проводилась сертификация;
- информацию о проведенных исследованиях (испытаниях) и измерениях;
- информацию о документах, представленных заявителем в орган по сертификации в качестве доказательств соответствия продукции требованиям технических регламентов;
- срок действия сертификата соответствия (может отсутствовать, если документ выдан на партию продукции).

Номер сертификата соответствия РФ расшифровывается следующим образом.

Пример

C-CA.ПБ37.В.00158

C – тип документа (сертификат);

CA – страна происхождения товара (здесь – Канада);

ПБ37 – код сертификационного органа, выдавшего сертификат;

В – серийный выпуск;

00158 – номер сертификата.

Этот документ постепенно уходит в прошлое по мере разработки и внедрения технических регламентов Таможенного союза. На практике при приемке товара с таким сопроводительным документом следует обращать внимание на срок его действия и дату производства продукции – они должны коррелировать между собой.

С 15 февраля 2012 г. на территории России, Казахстана и Беларуси начали оформляться сертификаты соответствия требованиям технических регламентов Таможенного союза (сертификат ТР ТС), так как был введен в действие первый совместный регламент Союза. На данный момент перечень технических регламентов ТС значительно расширен.

Сертификат соответствия техническому регламенту подтверждает соответствие продукции требованиям технических регламентов и выдается заявителю органом по сертификации (обязательная схема сертификации). Сертификат оформляется на защищенном от подделки бланке строгой отчетности (отличительные особенности: надпись «Таможенный союз» в верхней части бланка и знак «ЕАС» в левом верхнем углу; см. прил. 4). Маркировка товара будет содержать знак «ЕАС».

Сертификат соответствия ТС включает в себя:

- наименование документа (сертификат соответствия);
- регистрационный номер сертификата (не следует путать с номером бланка, который находится ниже);
- наименование и местонахождение органа по сертификации, выдавшего сертификат соответствия;
- наименование и местонахождение заявителя;
- наименование и местонахождение изготовителя продукции, прошедшей сертификацию;
- информацию об объекте сертификации, позволяющую идентифицировать этот объект – наименование продукции и ее код по ТН ВЭД ТС;
- наименование технического регламента, на соответствие требованиям которого проводилась сертификация;
- информацию о проведенных исследованиях (испытаниях) и измерениях;
- информацию о документах, представленных заявителем в орган по сертификации в качестве доказательств соответствия продукции требованиям технических регламентов;
- срок действия сертификата соответствия (может отсутствовать, если документ выдан на партию продукции);

– информацию об использовании или о неиспользовании заявителем национальных стандартов (включенных в перечень документов в области стандартизации, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение требований технического регламента) или иную дополнительную информацию.

Срок действия сертификата соответствия определяется соответствующим техническим регламентом.

Номер сертификата соответствия РФ расшифровывается следующим образом.

Пример

RU C-RU.AB24.B.01585;

RU – местонахождения сертификационного органа на территории ТС (здесь – Россия);

C – тип документа (сертификат соответствия);

RU – страна происхождения товара (здесь – Россия);

B – серийный выпуск;

01585 – номер сертификата.

Обязательное подтверждение соответствия Техническим регламентам Таможенного союза проводится и в форме декларирования соответствия (форма подтверждения соответствия указана в соответствующем Техническом регламенте).

На бланке сертификата соответствия или декларации соответствия обязательно указывается объект сертификации (декларирования) – серийный выпуск, партия или единичное изделие. В случае серийного выпуска продукции вносится запись «серийный выпуск», для партии продукции указывается размер партии, для единичного изделия – заводской номер изделия. Регистрационный номер сертификата (декларации) соответствия формируется в соответствии с законодательством государств – членов Таможенного союза с указанием аббревиатуры: ТС – Таможенный союз и код государства; BY – Беларусь; KZ – Казахстан; RU – Россия.

Сопроводительным документом для продукции, подлежащей государственной регистрации, является *свидетельство о государственной регистрации (СГР)* (см. прил. 5). СГР является бессрочным документом. Однако в случае каких-либо грубых нарушений, судебных разбирательств и т.п. действие свидетельства о государственной регистрации может быть приостановлено или прекращено (проверка актуальности СГР осуществляется на ресурсе <http://gr.rchepb.by>).

При продаже товаров продавец доводит до сведения покупателей информацию о подтверждении соответствия товаров установленным требованиям путем маркировки товаров в установленном порядке знаком соответствия и ознакомления потребителя по его требованию с одним из следующих документов (п. 12 Правил продажи отдельных видов товаров в ред. постановления Правительства РФ от 02.10.1999 г. №1104):

- ✓ сертификат или декларация о соответствии;
- ✓ копия сертификата, заверенная держателем подлинника сертификата, нотариусом или органом по сертификации товаров, выдавшим сертификат;
- ✓ товаросопроводительные документы, оформленные изготовителем или поставщиком (продавцом) и содержащие по каждому наименованию товара сведения о подтверждении его соответствия установленным требованиям (номер сертификата соответствия, срок его действия, орган, выдавший сертификат, или регистрационный номер декларации о соответствии, срок ее действия, наименование изготовителя или поставщика (продавца), принявшего декларацию, и орган, ее зарегистрировавший). Эти документы должны быть заверены подписью и печатью изготовителя (поставщика, продавца) с указанием его адреса и телефона.

Следует обратить особое внимание на правила заверения копий деклараций и сертификатов. Заверять копии указанных документов имеют право только перечисленные выше лица: держатель подлинника документа, нотариус или орган по сертификации, выдавший документ. Держателем подлинника сертификата является тот, кто указан в графе «сертификат выдан», держатель подлинника декларации указан в графе «заявитель». Таким образом, другие организации, не указанные в соответствующих графах сертификата или декларации, не имеют права заверять копии качественных ТСД. Копии сертификатов и деклараций, заверенные недолжным образом, являются недействительными и не имеют юридической силы.

На копиях документов должна стоять «живая» печать, надпись «копия верна» и подпись ответственного лица.

Допускается вместо копии сертификата или декларации соответствия оформлять реестры сертификатов (деклараций) соответствия к товарной накладной, оформленные изготовителем или поставщиком (продавцом) и содержащие по каждому наименованию товара (с указанием серии и завода изготовителя) следующее:

- наименование товара и изготовителя;
- заявитель;
- № декларации (сертификата);
- орган по сертификации;
- срок действия декларации (сертификата).

При приемке товара с реестром сертификатов следует обратить внимание на следующее:

- 1) реестр сертификатов оформляется в виде приложения к конкретной товарной накладной, номер которой должен быть указан в документе;
- 2) реестр сертификатов должен быть заверен подписью и печатью изготовителя (поставщика, продавца) с указанием его адреса и телефона;

3) в номерах деклараций (сертификатов) следует обращать внимание на указание кода типа продукции. Буквы «С» и «Н» в номере сертификата указывают на добровольную сертификацию (см. выше). Не следует забывать, что добровольный сертификат не заменяет обязательные документы. Практикующие работники торговли отмечают, что недобросовестные поставщики нередко указывают в реестрах номера добровольных сертификатов;

4) в графе «срок действия» возможно указание на документ с истекшим сроком действия. В таком случае необходимо обратить внимание на дату изготовления товара, которая должна совпадать со сроком действия сертификата (декларации).

Многие компании сталкиваются с проблемой оперативного предоставления сертификатов соответствия на товары по запросу от покупателей или надзорных органов. Как правило, копии сертификатов хранятся на бумаге. Поиск сертификатов осложняется их большим количеством. Также существует затруднение с отслеживанием сроков действия сертификатов. Для решения этой проблемы предлагаются механизмы электронного хранения сертификатов, быстрого поиска, а также контроля за сроком действия сертификатов. Этот механизм разработан для типовой конфигурации «1С: Управление торговлей 8», но может быть легко адаптирован к любой конфигурации системы «1С». Однако предоставление сопроводительных документов в электронном виде возможно только с целью информирования покупателей. Юридической силы электронный ТСД не имеет.

К качественным ТСД можно отнести отказное письмо.

Отказное письмо – это документ официального характера, подтверждающий тот факт, что в соответствии с действующим законодательством РФ данная продукция не подлежит обязательному подтверждению соответствия. Например, на сегодняшний день к такого рода продукции относятся елочные украшения. Ранее данный документ оформлялся официальным государственным органом – Министерством промышленности и торговли РФ. В настоящее время отказное письмо может выдать любой аккредитованный орган по сертификации в ответ на официальный запрос.

Мы рассмотрели основные виды сопроводительных документов, подтверждающих соответствие товаров. Однако некоторые товары могут сопровождаться специфическими документами, наличие которых строго обязательно.

Алкогольная продукция

Согласно ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» алкогольная продукция подлежит декларированию соответствия. Таким образом, основным сопроводительным документом для партии любого алкогольного напитка является декларация о соответствии.

Каждая партия алкогольной продукции также должна сопровождаться товарно-транспортной накладной и справками к ней. Справка к товарно-транспортной накладной должна содержать информационные разделы «А» и «Б».

Форма справки к товарно-транспортной накладной утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2005 г. № 864 «О справке к товарно-транспортной накладной на этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию» (в ред. постановлений Правительства РФ от 16.06.2006 № 379, от 16.06.2010 № 444, от 02.05.2012 № 422).

Раздел «А» справки к товарно-транспортной накладной на этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию должен содержать информацию в соответствии со следующими позициями:

1. Наименование продукции, в том числе 1(1) код продукции в ЕГАИС, 1(2) – сумма акциза (за единицу продукции),
2. Количество продукции (дал¹/шт. бут.).
3. Дата розлива продукции.
4. Сведения о документах, подтверждающих соответствие продукции установленным обязательным требованиям, реквизиты соответствующих документов, наименование органа, выдавшего документ.
5. Производитель продукции.
6. Код страны.
7. ИНН²/КПП³ или УНП⁴, или РНН⁵/(БИК⁶/ИНН).
8. Номер лицензии, срок действия лицензии, орган, ее выдавший.
9. Дата отгрузки.
10. Номер товарно-транспортной накладной.
11. Сведения о лицах, заключивших договор (контракт) поставки продукции.
12. Номер и дата подтверждения фиксации информации в ЕГАИС.
13. Сведения о маркировке федеральными специальными марками (для продукции, произведенной на территории Российской Федерации) или акцизными марками (для продукции, ввезенной на территорию Таможенного союза).
14. Получатель продукции.
15. ИНН/КПП или УНП, или РНН/(БИК/ИНН).

¹ дал – декалитр, 1 дал = 10 литров.

² ИНН – идентификационный номер налогоплательщика.

³ КПП – код причины постановки на учет, позволяет идентифицировать компанию.

⁴ УНН – учётный номер плательщика – единый уникальный номер, присваиваемый каждому плательщику при постановке на учёт в налоговом органе в Беларуси и используемый по всем налогам, сборам, пошлинам, в том числе по таможенным платежам.

⁵ РНН – регистрационный номер налогоплательщика – это документ, необходимый для администрирования налогоплательщиков в Республике Казахстан. Российский аналог данного документа – ИНН.

⁶ БИК – банковский идентификационный код – уникальный идентификатор банка, используемый в платежных документах (платёжное поручение, аккредитив) на территории России. Классификатор БИКов ведёт Центробанк РФ.

16. Код страны.

17. Номер лицензии, срок действия лицензии, орган, ее выдавший.

Раздел «Б» состоит из двух частей и должен содержать:

1. Наименование продавца и получателя.
2. Местонахождение (продавца и получателя).
3. Номер лицензии, срок действия лицензии, орган, ее выдавший (сведения о лицензии продавца и получателя).
4. Код страны.
5. ИНН/КПП или УНП, или РНН/(БИК/ИНН) (продавца и получателя).
6. Наименование продукции.
7. Количество продукции (дал/шт. бут.).
8. Номер товарно-транспортной накладной.
9. Дата отгрузки.
10. Фамилия, имя, отчество, должность уполномоченного лица (продавца и получателя).

Данная справка оформляется на каждую отдельную партию алкогольной продукции. Кроме того, согласно требованиям ГОСТ 32035-2013 *Водки и водки особые. Правила приемки и методы анализа*, изготовитель должен оформлять удостоверение о качестве и безопасности на каждую партию водки.

Партией считают любое количество водки в потребительской таре, изготовленное одним предприятием, одного наименования, одной даты розлива, одновременно предъявленное к приемке и оформленное одним документом, удостоверяющим качество и безопасность продукции. Удостоверение о качестве и безопасности водок не имеет установленной формы, но согласно требованиям ГОСТ 32035-2013, должно содержать следующую информацию:

- номер и дату его выдачи;
- номер товарно-транспортной накладной;
- наименование водки;
- наименование и адрес изготовителя;
- номер и срок действия лицензии на право производства, хранения и поставки;
- наименование и адрес получателя;
- количество транспортных мест (ящики, коробки, пакеты из термоусадочной пленки и др.);
- количество бутылок и их вместимость;
- дату розлива;
- состав продукта;
- результаты анализа:
 - по органолептическим показателям,
 - по физико-химическим показателям,

- обозначение документа, в соответствии с которым изготовлена и может быть идентифицирована водка;
- информацию о подтверждении соответствия;
- условия транспортирования.

Документ, удостоверяющий качество и безопасность продукции, должен быть заверен подписями ответственных лиц и оригинальной печатью изготовителя.

Отсутствие перечисленных документов в предприятии торговли является основанием для лишения его лицензии на право реализации алкогольной продукции.

Продукция животного происхождения

Согласно ТР ТС 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции» мясная продукция (за исключением мясной продукции для детского питания и мясной продукции нового вида) подлежит декларированию соответствия, а, следовательно, сопровождаются декларацией о соответствии, наличие которой контролируют территориальные органы Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор).

Кроме того, ветеринарными документами установленного образца должны сопровождаться следующие виды продукции:

- все виды мяса домашних и диких животных, птицы, кроликов;
- мясо в блоках, полуфабрикаты, колбасные и солено-копченые изделия;
- жиры животные, шпик, субпродукты;
- желатин, кровь, альбумин пищевой;
- яйцопродукты;
- молоко и сливки сырые;
- казеин пищевой;
- рыба и морепродукты пищевые;
- мед.

С 2018 года ветеринарные свидетельства (ВСД) на товары животного происхождения оформляются только в электронном виде и только в системе ФГИС «Меркурий».

Оформлять ВСД необходимо при производстве ветеринарной продукции, ее перемещении и при передаче прав собственности (с перемещением и без него).

Сроки действия ВСД зависят только от процедуры и одинаковы для форм свидетельства № 1, 2, 3 и 4.

При производстве оформить ВСД нужно в день выпуска партии. Действовать документ будет до истечения срока годности, хранения или реализации продукции.

При перемещении партии действие ВСД продолжается до окончания перевозки подконтрольного товара, а при смене владельца – до окончания процедуры передачи товара.

Заявка на электронный ВСД при отгрузке товаров животного происхождения оформляется в один день с товарно-транспортной накладной (ТТН), и, если ошибок в ней нет, отправитель и получатель тут же увидят ВСД в кабинете своей компании в «Меркурии».

Погасить ВСД получатель партии должен в течение одного рабочего дня после доставки, проверки и приемки товара. При перемещении продукции между торговыми точками или складами одного владельца на гашение ВСД также есть один рабочий день.

Лучше всего гасить ВСД прямо во время приемки товара, чтобы не забыть об этом после. Удобнее всего это делать с мобильного телефона в приложении (например, в «Такском-Ветис»).

Наличие указанных документов проверяет Ветеринарный надзор.

Вся продукция растительного происхождения (фрукты, овощи, цветы) сопровождается экспертным заключением фитосанитарного контроля.

Карантинный сертификат – санитарный документ, удостоверяющий, что перевозимые овощи, в частности картофель, не заражены вредителями и болезнями, оговоренными в контракте, и происходят из районов, благополучных в карантинном отношении. Данный документ обеспечивает перевозку продукции из одного региона в другой по России (транзитный документ, разрешающий перемещение указанной продукции в пределах территории РФ). Карантинный сертификат на отечественные и доставленные извне подкарантинные товары является действующим на протяжении 15 дней после оформления.

Карантинный сертификат должен содержать следующие основные пункты: отправитель, получатель, пункт отправления, наименование подкарантинной продукции, происхождение, сведения о состоянии подкарантинной продукции.

Фитосанитарный сертификат – это официальный документ, оформленный в соответствии с международным образцом. Выдача фитосанитарного сертификата нацелена на освидетельствование надлежащего фитосанитарного состояния заявленной продукции и на предоставление данного документа в соответствующие органы таможенного контроля. Картофель входит в список продукции, в обязательном порядке подлежащей фитосанитарному контролю. Сертификат является международным документом, разрешающим вывоз (ввоз) продукции, который оформляется на каждую партию подкарантинной продукции. Документацией, фактически удостоверяющей проведение полнообъемного фитосанитарного контролирования, считается акт (протокол) контроля. Оформление акта фитосанитарного контролирования производит госинспектор Госслужбы карантина растений РФ. При импорте продукции на российский рынок контроль на инфицированность плодовоовощной, раститель-

ной и животной продукции проводится на границе. Фитосанитарный сертификат выдается при экспорте продукции, имеет силу документа международного уровня и содержит следующие обязательные требования: экспортер, получатель, место происхождения, заявленный способ транспортировки, пункт ввоза, описание упаковки, наименование и количество продукции, отличительные знаки (маркировка).

Порядок оформления данных документов находится в ведомстве Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) и в региональных управлениях.

Срок рассмотрения заявки на оформление карантинного (и фитосанитарного) сертификата в региональном учреждении Россельхознадзора занимает, как правило, не более 30 календарных дней. Затем составленный региональным учреждением Россельхознадзора сертификат передается в Россельхознадзор для присвоения регистрационного номера. Без указания данного номера карантинный либо фитосанитарный сертификат недействителен. Сроки действия фитосанитарного сертификата варьируются в зависимости от того, в какое государство предполагаются поставки подкарантинной продукции (как правило, 14-15 дней).

Протокол испытаний – документ, содержащий результаты испытаний и другую информацию, относящуюся к испытаниям (МС ИСО/МЭК 22).

Этот вид документов редко встречается как ТСД, но он является неотъемлемым условием для выдачи сертификатов соответствия, если сертификация осуществляется по форме системы ГОСТ Р с проведением сертификационных испытаний. При этом в сертификате указываются номер и дата выдачи протокола испытаний.

Несмотря на то что протокол испытаний не является обязательным документом, информация о результатах испытаний, действительных значениях показателей качества и сопоставлении их с базисными показателями, несомненно, представляет интерес для изготовителей, продавцов и даже потребителей. Эта информация может быть учтена при принятии решения о покупке. Так, предельные значения некоторых изменяющихся при хранении показателей (микробиологической обсемененности, кислотного, перекисного чисел и др.) должны заставить покупателя и потребителя задуматься о возможности быстрой реализации или использования приобретаемого товара, его сохранности, обеспеченной надлежащими условиями хранения.

Акты списания (АС) – документы, предназначенные для передачи, хранения и учета информации о недоброкачественной продукции. Обычно такие акты составляются на продукцию, опасную для потребления. Кроме работников торговли в их составлении должны принимать участие представители органов санитарно-эпидемиологического надзора.

АС являются основанием для вывоза опасных товаров на свалку и их уничтожения, а также для списания отходов как актируемых качественных потерь.

Расчетные ТСД – документы, предназначенные для документального оформления соглашения о ценах, оплате транспортных расходов, совместном (или одностороннем) покрытии расходов, в том числе транспортных, других издержек, если в составленном договоре купли-продажи (или поставки) эти сведения были не предусмотрены.

К расчетным ТСД относятся протокол согласования цен, счета, счета-фактуры и иные документы о ценах.

Основным назначением счетов является информация о цене и стоимости товара для его оплаты. В счетах также имеются сведения о количестве товаров в упаковке, но они не являются основными.

Счет-фактура составляется поставщиком для документального сопровождения партий товара, следующих без оформления накладной. Он является основанием для оплаты поступившего товара по безналичному расчету с оформлением платежного поручения.

Счет-фактура содержит следующие данные: номер и дата выписки счета-фактуры; наименование и банковские реквизиты грузоотправителя и грузоплательщика; наименование грузополучателя; наименование и другие идентифицирующие сведения о товаре (сорт, торговая марка, количество); цена и стоимость товара, в том числе к оплате получателем; ф. и. о. лиц, отпустивших и принявших товар.

Счет содержит аналогичные данные, но, кроме того, и дополнительные сведения об оказываемых услугах (по упаковыванию, транспортированию, пересылке и т.п.).

Расчетным сопроводительным документом является платежное требование, которое выставляется поставщиком в соответствии с договором и направляется покупателю одновременно с накладной.

Комплексные ТСД – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о количественных, качественных и стоимостных характеристиках товарных партий, а также для количественного учета в процессе товародвижения. К комплексным ТСД относятся приходно-расходные, товарно-транспортные, железнодорожные накладные.

ТСД этого типа являются наиболее распространенным документом при передаче товара от изготовителя продавцу (посреднику), а также от одного посредника другому или органам транспорта.

В накладной содержится следующая основная информация: наименование и другие идентифицирующие признаки товара (сорт, артикул и т.п.), его количество (в единицах), а также цена, общая сумма (с учетом налога на добавленную стоимость и спецналога) стоимости товара. Накладная подписывается материально ответственными лицами, сдавшими и принявшими товар, заверяется круглыми печатями предприятий поставщика и получателя.

Товарно-транспортная накладная (ТН) – первичный приходный документ, заполняемый поставщиком и предназначенный для информирования получателя о комплексе характеристик товара.

Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» обязывает все юридические лица отражать каждую хозяйственную операцию посредством первичного документа. Для процедуры перемещения товарно-материальных ценностей (ТМЦ) от поставщика к получателю в качестве первичного документа предусмотрена товарно-транспортная накладная.

Равно как и для других первичных документов, для ТТН регламентирован бланк – форма 1-Т, утвержденная постановлением Госкомстата РФ от 28 ноября 1997 г. №78.

ТТН выполняет ряд важных функций:

1) будучи первичным документом, она подтверждает факт перемещения товарно-материальных ценностей. на основании этого документа продавец получает право списать, а покупатель оприходовать товар;

2) ТТН служит основанием для начисления заработной платы водителю, так как учитывает объем выполненной работы;

3) наличие ТТН дает возможность подтвердить право на налоговый вычет по НДС;

4) ТТН подтверждает расходы предприятия на транспортировку груза, что дает возможность уменьшить налогооблагаемую базу по налогу на прибыль;

5) ТТН служит средством идентификации товаров.

Товарно-транспортная накладная оформляется грузоотправителем и перевозчиком в четырех экземплярах, каждый из которых является оригиналом.

Первый экземпляр остается у грузоотправителя в качестве основания для списания ТМЦ.

Второй, третий и четвертый экземпляры, заверенные подписями и печатями грузоотправителя и подписью водителя, вручаются последнему.

В дальнейшем второй экземпляр сдается водителем грузополучателю для оприходования им ТМЦ. Третий и четвертый экземпляры, заверенные подписями и печатями грузополучателя, сдаются организации-владельцу автотранспорта. Третий экземпляр ТТН, являющийся основанием для расчетов, транспортная организация прилагает к счету за перевозку и высылает плательщику – заказчику автотранспорта.

Четвертый экземпляр прилагается к путевому листу и служит основанием для учета транспортной работы и начисления заработной платы водителю. Эти документы хранятся в отчетности транспортного предприятия.

Если за один рейс машина перевозит несколько партий товара для разных грузополучателей, ТТН выписывается на каждую из них для каждого получателя.

Если при разгрузке ТМЦ выявляется несоответствие количества или качества товара данным накладной, по факту расхождения составляется акт, о чем в ТТН делается отметка.

ТТН имеет два раздела: товарный и транспортный.

В товарном разделе содержатся сведения, позволяющие идентифицировать товар. К ним относятся: наименование, адрес и банковские реквизиты по-

ставщика и плательщика, сведения о товаре и таре (наименование, сорт, артикул, количество мест, масса брутто, нетто тары, вид упаковки, цена, сумма). Кроме того, могут быть указаны суммы НДС. В ТН должны быть подписи ответственных лиц, разрешивших отпуск товара, отпустивших и принявших товар.

Транспортный раздел (сведения о грузе) заполняется в ходе доставки товара и содержит информацию о дате отправки, номере автомобиля и путевого листа, наименовании и адресе заказчика (плательщика) товара, грузоотправителя и грузополучателя; о пункте погрузки и разгрузки, сведения о грузе (наименование, сорт, артикул, единица измерения, количество единиц, цена за единицу, сумма, на которую поставляется товар), а также документы, следующие с грузом, где указываются вид упаковки, количество мест.

Железнодорожная накладная (ЖН) – ТСД, оформляемый при отправке товара железнодорожным транспортом. По назначению и содержанию она аналогична товарно-транспортной накладной, имея незначительные отличия (например, данные о номере вагона). Транспортный раздел ЖН заполняется при перевозке и осуществлении погрузочно-разгрузочных работ.

Проектно-конструкторская документация в отличие от ТСД, характеризующихся высокой информативностью для всех субъектов коммерческой деятельности, обладает значительно меньшими информативными возможностями. Она не представляет большого интереса для продавцов за исключением случаев обнаружения технологических дефектов, вызванных несовершенством проектно-конструкторских работ, и мало полезна для потребителя.

Эксплуатационные документы (ЭД) – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о правилах эксплуатации сложнотехнических товаров, использование и обслуживание которых не требует специальной подготовки. Если для использования таких товаров требуется специальная подготовка, то в эксплуатационных документах должно быть соответствующее указание.

В ЭД также содержатся размерные характеристики (масса, габариты, напряжение или сила тока и т.п.), что необходимо для правильной эксплуатации бытовой техники.

В отличие от ТСД, предназначенных в основном для продавцов, ЭД выступают как носители потребительской информации, хотя и продавцы могут использовать ее для создания потребительских предпочтений при консультировании покупателей и разъяснении преимуществ потребительских свойств конкретных товаров, особенностей их эксплуатации.

Практические задания

Задание 1

Привести в соответствие.

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Продукция | a) материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных и потенциальных потребностей. |
| 2. Товар | b) материальная продукция, предназначенная для купли продажи.
основной объект коммерческой деятельности и особой науки – товароведения. |
| 3. Товароведение | c) наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительные стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик. |
| 4. Предмет товароведения | d) потребительные стоимости товаров, они делают продукцию товаром, удовлетворяя конкретные потребности человека. |
| 5. Цель товароведения | e) изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительную стоимость, а также их изменений на всех этапах товародвижения. |
| 6. Товаровед | f) обеспечивают продвижение товаров от изготовителя к потребителю с учетом всех характеристик товара и запросов потребителей |
| 7. Классификация | g) разделение множества объектов на подмножества по сходству или различию в соответствии с принятыми методами. |
| 8. Иерархический метод классификации | h) последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки. |
| 9. Фасетный метод | i) это нормативно-технический документ, устанавливающий комплекс норм, правил, требований к объекту стандартизации, утвержденных специальным органом |
| 10. Стандарт | j) параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки |

Задание 2

Описать по основополагающим характеристикам продовольственные товары и заполнить таблицы.

Описание продовольственных товаров

Товар	Вес, кг	Количество, шт.	Стоимость, руб.	Срок годности, час.	Состав
Багет пшеничный с кунжутом	0,55	1	28	72	Мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта, вода питьевая, смесь хлебопекарная (соль, сухая пшеничная клейковина, манная крупа). Пшеничная мука, сухая пшеничная закваска, цельномолотая пшеничная мука,
Хлеб «Дарницкий» формовой в упаковке	0,55	1	25	72	Мука ржаная хлебопекарная, обдирная, мука пшеничная хлебопекарная 1 сорта, соль поваренная пищевая, дрожжи, хлебопекарные прессованные. Белки – 12,7 г. Жиры 10,7 г. Углеводы усвояемые – 53,6 г.
Сардельки свиные. Мясной продукт категории «Б»	0,85	6	150	30 суток	Свинина, шпик, вода, соль поваренная пищевая, сахар-песок, пряности, сыр твердый, чеснок

Основополагающие характеристики товара

Товар	Ассортиментная	Качественная	Стоимостная	Количественная
Багет пшеничный с кунжутом				
Хлеб «Дарницкий формовой в упаковке»				
Сардельки свиные Мясной продукт категории "Б"				

Задание 3

Описать по основополагающим характеристикам непродовольственные товары и заполнить таблицу:

– фен PARLUX Alyon Ionic, зеленый, 2250Вт. 2 насадки Вес, гр. 440. Легкий, мощный, тихий. Идеально сбалансированный фен ALYON практически не ощущается в руке. Увеличивает срок службы мотора на 30%, дополнительно защищает мотор от попадания волос – новый мотор K-ADVANCE PLUS, срок службы 3000 часов мощный и надежный;

– кольцо Camélia. Мотив «Camélia Précieux». Материалы: белое золото, бриллианты 18 карат;

– часы Première Velours. Коллекция: Première. Материалы: желтое золото, титан, каучук. Корпус из желтого золота 18 карат. Черный лакированный циферблат. Заводная коронка из желтого золота 18 карат, кабошон из оникса. Задняя крышка из титана. Браслет из черного каучука с матовым покрытием, стандартная застежка из желтого золота 18 карат. Высокоточный кварцевый механизм. Размер: 19,7 x 15,2 x 7,5 мм.

Основополагающие характеристики товара

Товар	Ассортиментная	Качественная	Стоимостная	Количественная
1.				
2.				
3.				

Задание 4

Определить классификационные признаки, по которым выделены группировки товаров.

Хлебобулочные изделия: из пшеничной хлебопекарной муки; из пшеничной муки общего назначения; из смеси пшеничной хлебопекарной муки и пшеничной муки общего назначения; из смеси пшеничной хлебопекарной муки и зерновых продуктов; из смеси пшеничной муки общего назначения и зерновых продуктов; из смеси пшеничной хлебопекарной муки, пшеничной муки общего назначения и зерновых продуктов.

Консервы молочные: нежирное сгущенное; цельное сгущенное.

Молоко: из цельного молока; нормализованного молока; обезжиренного молока.

Задание 5

1. С использованием иерархического метода классификации составить графическую схему классификации «Культуры многолетние растения», используя ниже-приведенную информацию. Культуры многолетние делятся на: виноград, фрукты тропические и субтропические, плоды цитрусовых культур, плоды семечковых и косточковых культур, ягоды и плоды растений вида *Vaccinium*, плоды масличных культур, культуры для производства напитков, пряности и растения, используемые в парфюмерии и фармации, культуры многолетние прочие. Виноград: виноград свежий столовых сортов, виноград свежий прочих сортов. Фрукты тропические и субтропические: авокадо, бананы, финики, инжир. Плоды цитрусовых культур делятся на грейпфруты, лимоны и лаймы, апельсины, мандарины, включая танжерини, клементини и аналогичные гибриды цитрусовых культур. Плоды семечковых и косточковых культур делятся на яблоки, груши, айва, абрикосы, вишня, персики, нектарины, сливы, терн. ягоды и плоды растений вида *vaccinium* киви, малина, земляника (клубника), ягоды, плоды растений вида *Vaccinium* и прочие, не включенные в другие группировки, эта группировка также включает клюкву, чернику всех видов, бруснику, голубику, смородину и крыжовник. Плоды масличных культур: оливки

(оливки столовые, оливки для производства оливкового масла), орехи кокосовые, плоды масличных культур, проч. Культуры для производства напитков: зерна кофейные необжаренные, лист зеленого чая сортовой, лист зеленого чая грубый, лист черного чая сортовой, лист черного чая грубый, листья мате, какао-бобы, культуры для производства напитков прочие (цикорий). Пряности и растения, используемые в парфюмерии и фармации: пряности необработанные (перец необработанный), перец красный и стручковый, сухой, необработанный, орех мускатный, мацис и кардамон необработанные, анис, бадьян, кориандр, тмин душистый и обыкновенный, фенхель и можжевельниковые ягоды необработанные.

2. Отметить достоинства и недостатки иерархического метода классификации.

Задание 6

Составить схему фасетной классификации «Овощные соки, нектары и сокосодержащие напитки» (ГОСТ 32100-2013).

Овощные соки, нектары и сокосодержащие напитки изготавливают из: одного вида овощного сока и/или пюре; двух и более видов овощных соков и/или пюре (смешанными). Овощефруктовые соки, нектары и сокосодержащие напитки изготавливают из одного или нескольких видов овощных соков и/или пюре с добавлением фруктовых соков и/или пюре.

В овощефруктовых соках доля овощного сока и/или пюре должна быть более 50%.

В овощефруктовых нектарах доля овощного сока и/или пюре должна быть более 50% общей объемной доли сока и/или пюре в нектаре.

Овощные и овощефруктовые: прямого отжима; прямого отжима с мякотью; восстановленные; восстановленные с мякотью.

Овощные и овощефруктовые сокосодержащие напитки подразделяют на: напитки; напитки с мякотью.

Овощные и овощефруктовые нектары подразделяют на: – нектары; – нектары с мякотью. Соки, нектары и напитки с мякотью могут изготавливаться гомогенизированными.

По способу упаковывания при изготовлении овощефруктовых соков, нектаров и напитков выделяют: стерилизованные; пастеризованные.

Задание 7

Проанализировать разделы стандартов на продукцию «Классификация». Указать объекты классификации и классификационные признаки, положенные в основу деления множества (товара определенного вида или однородной группы товаров) на подмножества (разновидности, наименования и т.п.).

I. ГОСТ 32125-2013 Консервы мясные. Мясо тушеное.

1. Консервы выпускают в зависимости от вида сырья следующих наименований:

- из говядины: Говядина тушеная высший сорт, Говядина тушеная первый сорт;

- из свинины: Свинина тушеная высший сорт, Свинина тушеная первый сорт;

- из баранины: Баранина тушеная высший сорт, Баранина тушеная первый сорт.

- из конины: Конина тушеная высший сорт, Конина тушеная первый сорт.

- из оленины: Оленина тушеная высший сорт, Оленина тушеная первый сорт.

2. Группа – консервы.

II. ГОСТ 31805-2012 Хлебобулочные изделия из пшеничной муки.

1. Хлебобулочные изделия из пшеничной хлебопекарной муки в зависимости от сорта муки подразделяют на хлебобулочные изделия:

– из пшеничной хлебопекарной муки обойной;

– из пшеничной хлебопекарной муки второго сорта;

– из пшеничной хлебопекарной муки первого сорта;

– из пшеничной хлебопекарной муки крупчатки;

– из пшеничной хлебопекарной муки высшего сорта;

– из пшеничной хлебопекарной муки экстра.

2. Хлебобулочные изделия из пшеничной муки вырабатывают:

– подовыми или формовыми;

- без начинки или с начинкой;

– упакованными или неупакованными.

Задание 8

Проанализировать разделы «Технические требования к качеству» трех стандартов на продукцию однородной группы. Выявить комплексные и единичные показатели. Указать какие единичные показатели входят в состав комплексных (таблица).

Комплексные и единичные показатели качества

Наименование продукции	Наименование показателей качества продукции	
	Комплексные	Единичные
Пример 1	Вкус и запах	вкус
Пример 2	-	запах

Примечание: занесение в графу 2 наименования комплексного показателя должно сопровождаться записями в графе 3, а в графе 2 проставляется прочерк.

Задание 9

Выявить определяющие и предельные показатели качества. Результаты заполнить в виде таблицы. Аргументируйте свой выбор.

Определяющие и предельные показатели качества

Наименование продукции	Наименование показателей качества продукции			
	Определяющие	Предельные		
		Максим.	Миним.	Диапазоны
Пример: Свекла столовая свежая, заготавливаемая и поставляемая	Внешний вид Размер корнеплодов по наибольшему поперечному диаметру, см	Корнеплоды свежие, целые, здоровые, чистые, без повреждений сельскохозяйственными вредителями, без излишней внешней влажности, нетреснувшие, типичной для ботанического сорта формы и окраски, с длиной оставшихся черешков не более 2,0 см или без них	- -	5,0-14,0

Задание 10

Выбрать любую однородную группу товаров, выписать из имеющихся в наличии действующих стандартов на эти товары показатели качества и разделить их по группам. Результаты оформить в виде таблицы.

Номенклатура показателей качества

№ ГОСТа, вид товара	Наименование товара				
	Надежности	Эргономические	Эстетические	Экологические	Безопасности
1	2	3	4	5	6

Задание 11

Изучить основные виды безопасности товаров. Привести примеры товаров, к которым предъявляются требования по различным видам безопасности.

Вопросы для докладов и обсуждения

1. Классификация потребностей потребителей в зависимости от различных признаков.
2. Формирование требований, предъявляемых к товарам.
3. Корректирующие мероприятия по повышению качества товаров.
4. Взаимодействие торговых и промышленных организаций по обеспечению качества. Роль товароведных служб этих организаций.

Контрольный тест по теме «Товароведение»

1. Назвать что относится к объектам товароведной деятельности:
 - a) контроль качества товаров,
 - b) товароведы,
 - c) ценные бумаги,
 - d) сбыт товаров.
2. Назвать что относится к объектам коммерческой деятельности:
 - a) товароведы,
 - b) потребители,
 - c) оборудование.
3. Назвать что относится к субъектам товароведной деятельности:
 - a) полуфабрикаты,
 - b) продовольственные товары,
 - c) хранение,
 - d) товароведы.
4. Товароведение – это _____

5. Что предусматривают основополагающие товароведные характеристики товаров? Соотнести:

- | | |
|-------------------|---|
| а) ассортиментная | 1. Внутривидовые потребительские свойства.
2. Группа.
3. Полнота потребительских свойств.
4. Наименование. |
| б) качественная | 1. Безопасность.
2. Торговая марка.
3. Размерные характеристики.
4. Отличительные видовые свойства |
| в) количественная | 1. Разновидность
2. Физические величины
3. Полнота потребительских свойств
4. Отличительные видовые свойства |

6. Что лежит в основе понятий? Соотнести:

- | | |
|--------------|--|
| а) продукция | 1. Материальная продукция, предназначенная для купли-продажи
2. Объект коммерческой деятельности
3. Материальный результат деятельности
4. Объект товароведения |
| б) товар | 1. Нематериальный результат деятельности
2. Объект товароведения
3. Человеческая деятельность
4. Объект коммерческой деятельности |

7. В чем состоят основные принципы товароведения. Соотнести:

а) безопасность	<ol style="list-style-type: none">1. Недопустимость риска или ущерба для потребителя.2. Пригодность товара, процессов, услуг к совместному использованию.3. Пригодность одного товара для использования вместо другого.4. Наилучшие конечные результаты при минимальных затратах.
б) эффективность	<ol style="list-style-type: none">1. Пригодность одного товара для использования вместо другого.2. Пригодность товара, процессов, услуг к совместному использованию.3. Оптимальный результат при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении товаров.4. Система, построенная по определенному плану.
в) совместимость	<ol style="list-style-type: none">1. Наилучшие конечные результаты при минимальных затратах.2. Подбор деталей, комплектующих изделий при монтаже.3. Недопустимость риска или ущерба для потребителя.4. Товарное соседство при хранении.
г) взаимозаменяемость	<ol style="list-style-type: none">1. Пригодность одного товара для использования вместо другого.2. Товарное соседство при хранении.3. Система, построенная по определенному плану.4. Оптимальный результат при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении товаров.
д) систематизация	<ol style="list-style-type: none">1. Наладка и эксплуатация сложнотехнических товаров.2. Наилучшие конечные результаты при минимальных затратах.3. Метод кодирования товаров.4. Подбор деталей, комплектующих изделий при монтаже.

8. Методы товароведения классифицируются на:

- а) теоретические, эмпирические, практические, органолептические;
- б) теоретические, эмпирические, социологические;
- с) теоретические, эмпирические, практические.

9. Теоретические методы товароведения основаны на:

- a) мыслительных действиях и результаты исследования;
- b) опыте или наблюдениях;
- c) наблюдениях или прогнозировании.

10. Эмпирические методы товароведения основаны на:

- a) моделировании;
- b) опыте и наблюдениях;
- c) прогнозировании и наблюдениях.

11. Особенность метода товароведения – это:

- a) анализ количественных, качественных характеристик товара;
- b) комплексная оценка свойств товара с целью определения его потребительной ценности;
- c) анализ факторов повышения конкурентоспособности.

12. Классификация – это _____.

13. Совокупностью свойств и характеристик товара, удовлетворяющих потребности, называется:

- a) потребительная стоимость;
- b) качество;
- c) показатель качества;
- d) надежность.

14. Объективной особенностью продукции, проявляющейся на разных стадиях ее жизненного цикла, является:

- a) потребительная стоимость;
- b) качество;
- c) свойство;
- d) себестоимость.

15. Какие свойства не относятся к потребительским свойствам товара (вид товара – эскалатор для подъема людей и грузов):

- a) надежность;
- b) долговечность;
- c) простота монтажа;
- d) ремонтпригодность.

16. Показатели, определяющие качество продукции называются:

- a) показателями свойств;
- b) параметрами;
- c) характеристиками;
- d) показателями качества.

17. Назвать группы показателей качества по количеству характеризующих свойств:

- a) единичные и комплексные;
- b) дифференциальные и интегральные;
- c) базовые и относительные;
- d) простые и сложные.

18. К группе факторов, формирующих качество, относятся:

- a) условия хранения;
- b) материальная заинтересованность работников в процессе изготовления продукции;
- c) качество исходного сырья;
- d) условия эксплуатации.

19. Санкции за выпуск продукции ненадлежащего качества относятся к факторам:

- a) прогнозирующим качество;
- b) формирующим качество;
- c) стимулирующим качество;
- d) сохраняющим качество.

20. Условия транспортирования товаров относятся к факторам:

- a) стимулирующим качество;
- b) прогнозирующим качество;
- c) формирующим качество;
- d) сохраняющим качество.

21. Срок, в течение которого продавец обязан безвозмездно устранить выявленные технологические дефекты, называется:

- a) предельным сроком годности;
- b) гарантийным сроком хранения;
- c) сроком эксплуатации;
- d) гарантийным сроком эксплуатации.

Контрольные вопросы

1. Что такое товароведение?
2. Что относится к объектам и субъектам товароведения?
3. Назвать отличия понятий «продукция» и «товар».
4. Назвать основные характеристики товаров.
5. В чем заключается товароведная деятельность?
6. Дать понятие «классификации».
7. Сущность и особенности иерархического метода классификации.
8. Сущность и особенности фасетного метода.
9. Что входит в понятие «номенклатура потребительских свойств и показателей качества»?
10. Назвать группы и подгруппы потребительских свойств и показателей качества.
11. Дать определение понятия «качество товара».
12. Чем отличаются единичные показатели от комплексных?
13. Дать характеристику общих и специфических показателей качества.
14. Что такое определяющие и предельные показатели?
15. На какие группы подразделяются показатели по функциональному назначению?
16. Перечислить факторы, влияющие на качество продовольственных товаров. Дать им характеристику.
17. Что понимают под безопасностью пищевых продуктов?

2. ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

Экспертиза – совокупность операций по выбору номенклатуры показателей, определению ее действительного значения и сопоставлению с базовыми показателями. Деятельность по оценке качества складывается из трех групп операций, каждой из которых присущи специфические особенности.

Выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей, их определяющих

Основными критериями выбора являются: этап жизненного цикла продукции (приемка сырья, производство, хранение, распределение и реализация): потребности, которые должен удовлетворять товар, субъективные особенности оценщика.

Определение действительных значений показателей качества производится путем количественных и качественных измерений. Количественные измерения применяются для определения размера показателя, а качественные – для размерности.

Сопоставление действительных значений измеряемого показателя с базовым. В качестве базовых показателей могут быть приняты регламентированные значения стандартов или других НД, а также стандартные образцы, вещества, эталоны. Цвет пива по стандарту устанавливается как светло – или темно-коричневый и сравнивается с цветом раствора йода определенной концентрации.

Виды безопасности товаров и природа воздействий, влияющих на них.

Градации качества

Градация качества – класс, сорт, категория или разряд, соответствующий различным требованиям к качеству **продукции, процессов** или **систем**, имеющих то же самое функциональное применение¹. Пример: класс авиабилета или категория гостиницы в справочнике гостиниц.

Сорт – градация качества продукции по одному или нескольким показателям качества, установленная нормативной документацией (табл. 5, 6).

Таблица 5

Градация качества товаров

Стандартный товар	Нестандартный товар	Брак
Товар, который соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям.	Товар, который не соответствует установленным требованиям по одному или комплексу показателей, но это несоответствие не является критическим (опасным).	Товар с выявленными устранимыми и неустраняемыми несоответствиями по одному или комплексу показателей. Различают: <ul style="list-style-type: none">• устранимый брак• неустраняемый брак.

¹ ГОСТ ISO 9000-2011 *Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.*

Разновидностью брака с неустранимыми значительными или критическими дефектами являются отходы. Отходы со значительными несоответствиями установленным требованиям относятся к ликвидным, а с критическими – к неликвидным.

Таблица 6

Классы товаров

Первый класс	Второй класс	Третий класс
Товары, пригодные к использованию по назначению. Этот класс представлен стандартными товарами, которые подлежат реализации без каких-либо ограничений.	Товары, условно пригодные для использования по назначению. Условно пригодные товары могут быть реализованы по пониженным ценам или отправлены на промпереработку либо на корм скоту. При их реализации до потребителя должна быть доведена достоверная информация о причинах понижения качества.	Опасные товары, непригодные для использования по назначению. К нему относятся неликвидные отходы. Эти товары не подлежат реализации, а также поставке для промышленных и кормовых целей. Они должны быть уничтожены или утилизированы с соблюдением определенных правил.

Сортамент товаров. Одной из важных задач оценки качества является установление градаций качества стандартной продукции, которые представлены сортами. Совокупность сортов, относящихся к одноименному товару, называется сортаментом. Различают сортамент природный и товарный (табл. 7).

Таблица 7

Природный и товарный сортамент

Природный сортамент	Товарный сортамент
Совокупность сортов одноименной продукции, отличающихся характерными анатомо-морфологическими признаками	Совокупность товарных сортаментов, различающихся значениями регламентированных НД показателей качества

Единичный экземпляр – товары, обладающие целостностью и присущими конкретному виду, наименованию потребительскими свойствами (стиральная машина, дыня, и т.п.).

Товарная партия – совокупность единичных экземпляров товара и/или комплексных упаковочных единиц, объединенных по определенному признаку.

Комплексная упаковочная единица – совокупность единичных экземпляров одинаковых товаров, объединенных общностью упаковки.

Комплексная упаковочная единица отличается от товарной партии меньшими размерами, иногда потребители покупают такие упаковки товара (например, упаковка минеральной воды).

Общие свойства – это основные физические величины: масса, длина, температура, объем, теплопроводность, теплоемкость.

Специфические свойства – присущи товарным партиям или единичным товарам: насыпная масса, сыпучесть, пористость, пластичность и т.п. (рис. 11).



Источник: составлено авторами.

Рис 11. Количественная характеристика товаров

Количественные характеристики могут быть критериями качества и количества (**например** – плотность бумаги) (табл. 8).

Таблица 8

Свойства, определяющие количественную характеристику товаров

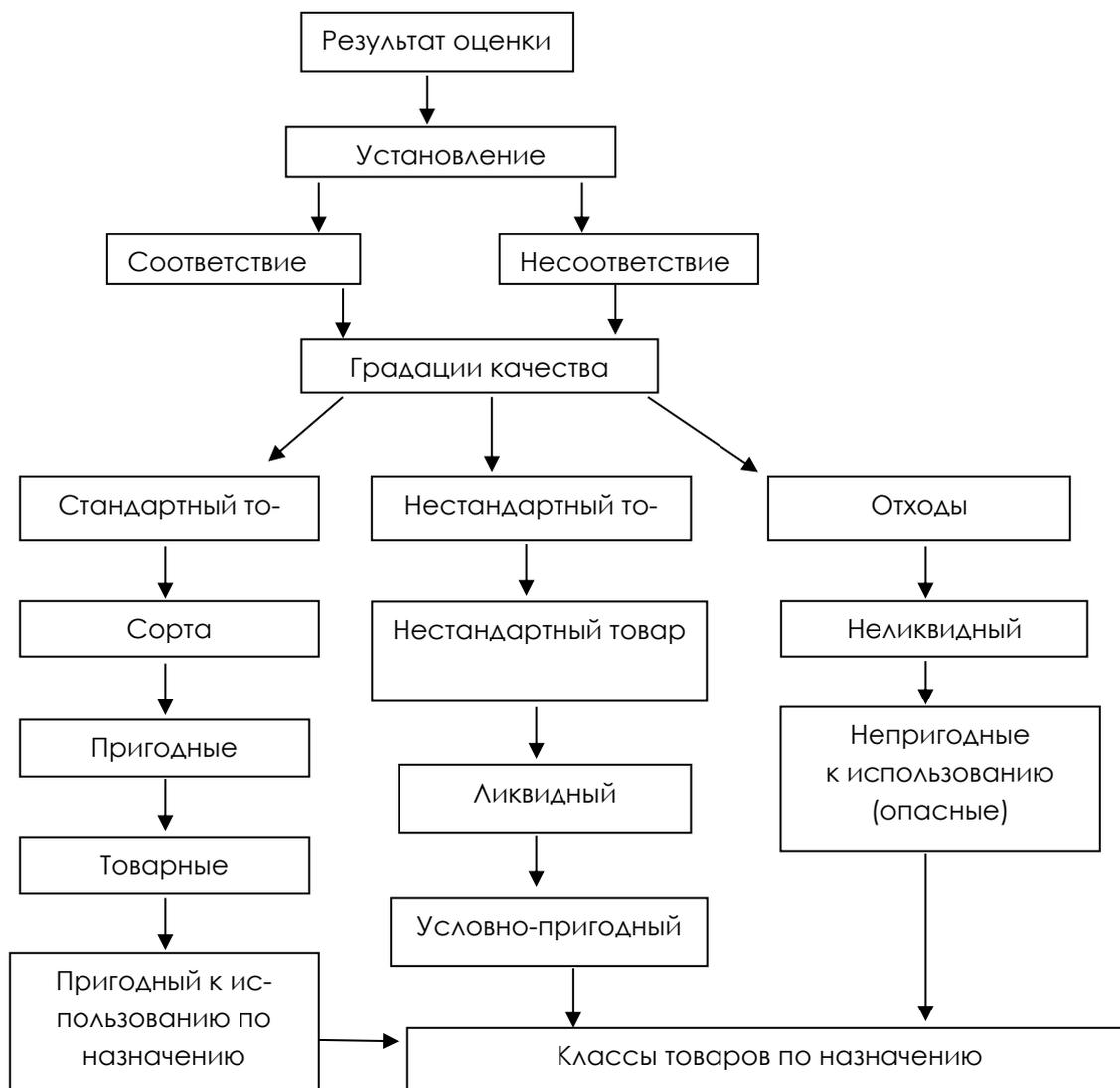
Физические свойства товаров	Механические свойства товаров	Термические свойства товаров	Оптические свойства товаров	Акустические свойства товаров
Длина Погонный объем Масса товаров	Прочность Деформация Упругость и эластичность Пластичность Твердость Вязкость	Температура Теплоемкость Теплопроводность Термическое расширение Термическая стойкость Огнестойкость	Цвет Цветовой тон Яркость и светлота Насыщенность Насыщенность Прозрачность	Тон звука

Наименования товарных сортов в отличие от природных, как правило, обезличены. В основном бывают высший, 1-й, 2-й, и 3-й товарные сорта. Иногда выделяют сорт экстра. Сортам некоторых товаров дополнительно или взамен присваивают особые наименования (например, байховый чай).

На формирование товарного сорта влияют различные факторы: сырье, технология, условия и сроки хранения. В зависимости от преобладания одного

из факторов или их комплексного воздействия на значение показателей, определяющих товарный сорт, различают сырьевой, технологический и комплексный принципы деления сортамента.

По результатам оценки качества товаров принимается решение о соответствии или несоответствии стандартам согласно предусмотренного сортамента (рис. 12).



Источник: составлено авторами.

Рис 12. Взаимосвязь оценки с градациями качества и классами товаров по назначению

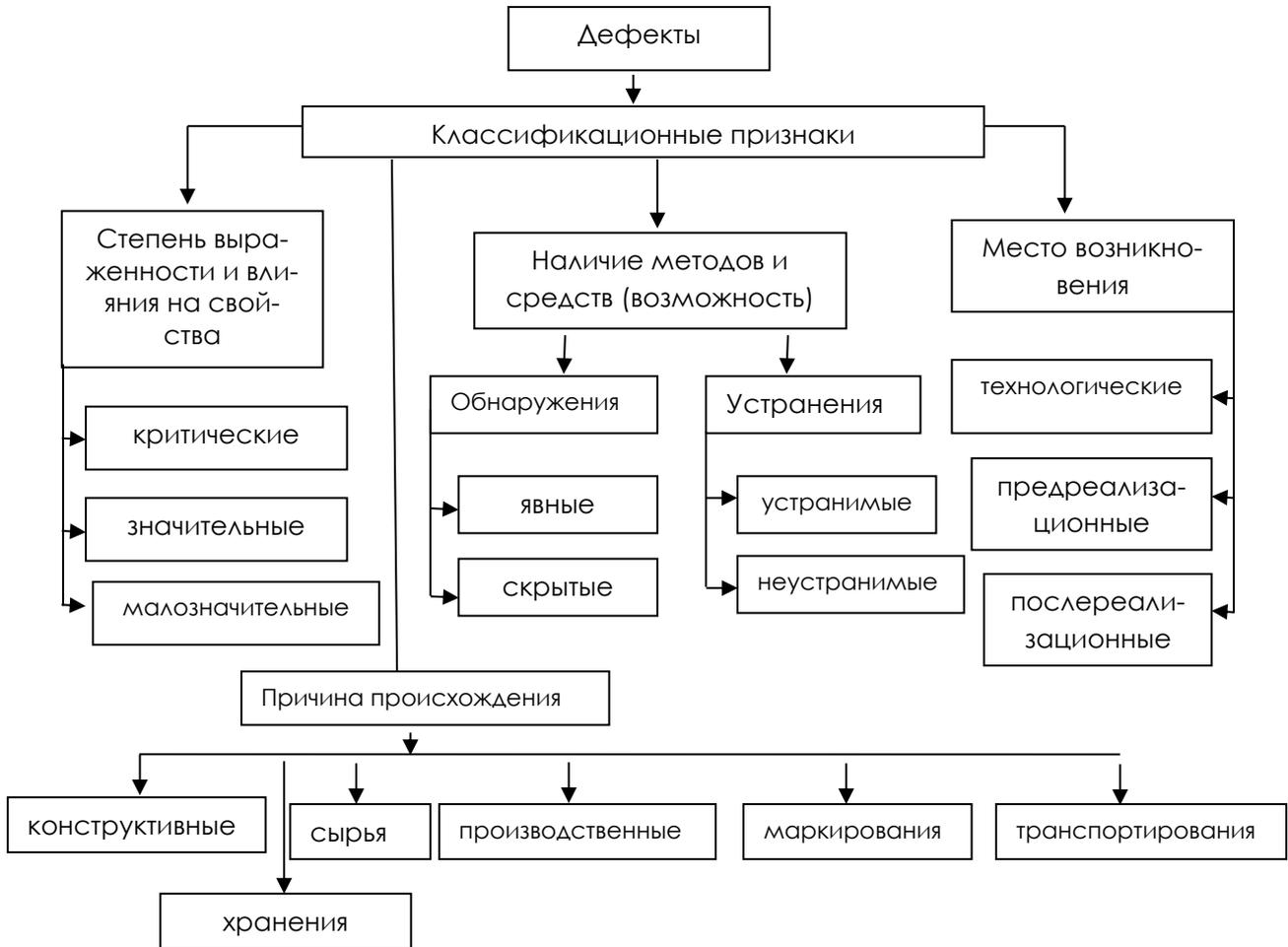
Пересортица – один из распространенных способов качественной фальсификации.

Кроме деления на товарные сорта, ряд товаров подразделяют по основным и частным признакам на группы – сложности или качества, марки и др.

Группы сложности – градации, отличающиеся по технологическому уровню показателей качества. Эти градации приняты для бытовой радиоаппаратуры в зависимости от величины акустических параметров.

Дефекты и потери

Дефект (defect) – невыполнение требования, связанного с предполагаемым или установленным использованием¹ (рис. 13).



Источник: составлено авторами.

Рис 13. Классификация дефектов

При товародвижении возникают потери сырья, полуфабрикатов и готовой продукции. Потери измеряются в натуральном и стоимостном выражении, подразделяются на две группы (табл. 9).

Таблица 9

Группы товарных потерь

Товарные потери	Материальные потери
Потери, вызванные утратой количественных и качественных характеристик товара в натуральном выражении	Потери, вызванные утратой стоимостных характеристик в денежном выражении

Товарные потери подразделяются по виду утраченных характеристик товара на две подгруппы (табл. 10).

¹ ГОСТ ISO 9000-2011 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.

Подгруппы товарных потерь

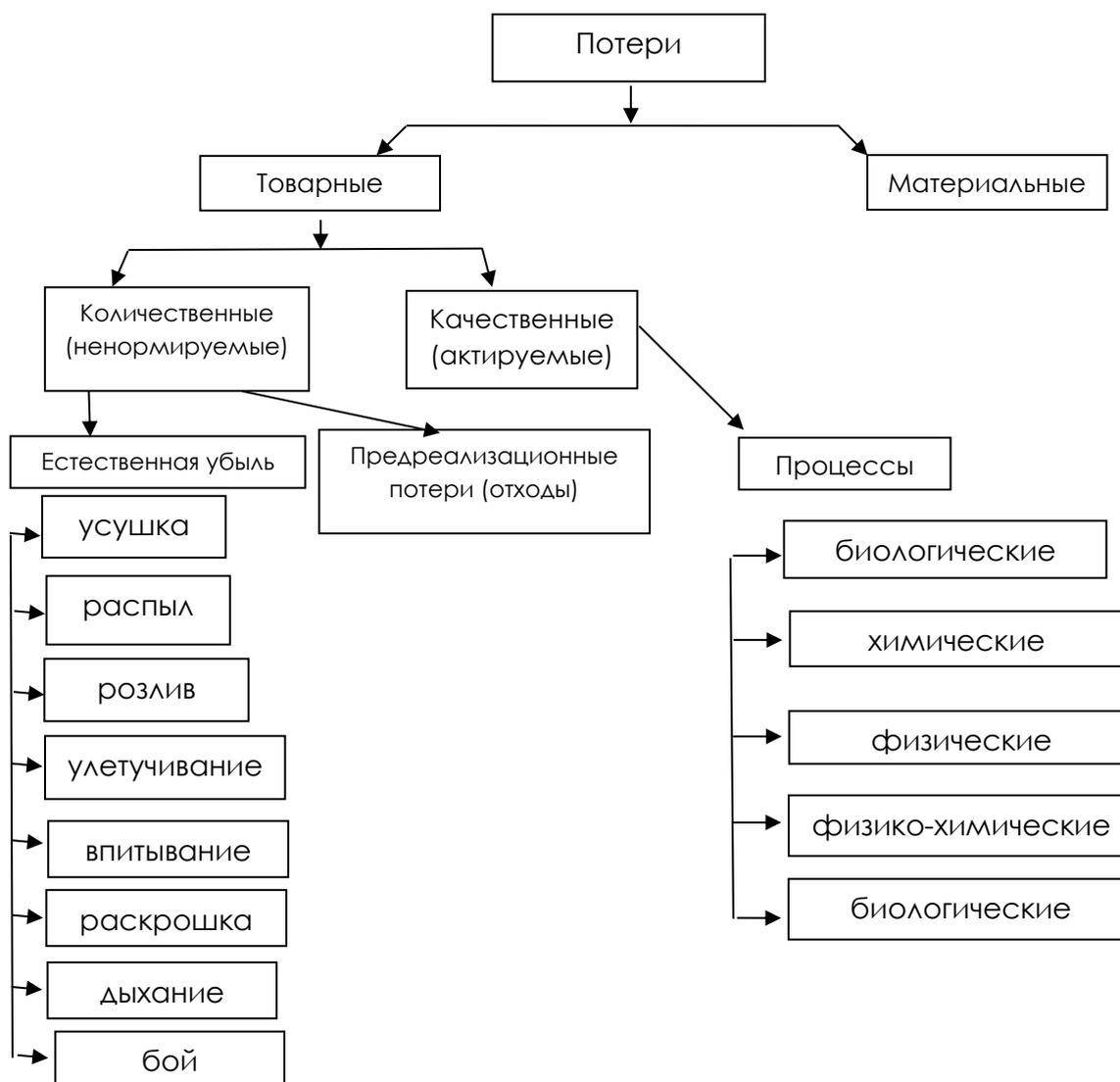
Количественные	Качественные (актируемые)
Уменьшение массы, объема, длины и других количественных характеристик товаров. Количественные (естественные) потери относятся к неизбежным	Потери, обусловленные микробиологическими, биологическими, биохимическими, химическими, физическими и физико-химическими процессами

По причинам возникновения выделяют два вида: естественная убыль и предреализационные товарные потери (рис. 14, 15).



Источник: составлено авторами.

Рис. 14. Естественная убыль и предреализационные товарные потери



Источник: составлено авторами.

Рис. 15. Классификация товарных потерь по причинам возникновения

Приемка товаров по качеству и количеству осуществляется в торговых организациях партиями. Независимо от размера партии контроль по качеству носит выборочный характер. Контроль количества и качества товарных партий осуществляется посредством проб и выборки.

Проба (образец) – минимально допустимая часть товарной партии, отобранная из нее по установленным или заранее оговоренным правилам и предназначенная для оценки (контроль, испытаний) качества.

Выборка – определенное минимально допустимое количество упаковочных единиц, составляющих представительную часть товарной партии, отобранных для составления исходной пробы, предназначенной для оценки (контроль, испытаний) качества по установленным или заранее оговоренным правилам.

Последовательность отбора проб и образцов из товарных партий показана на рис. 16.



Источник: составлено авторами.

Рис. 16. Последовательность отбора проб и образцов из товарных партий разных способов размещения

Точечная проба – единичная проба определенного размера, отбираемая из одного места товарной партии. Размер проб в зависимости от объекта и назначения колеблется от нескольких мг до кг.

Объединенная проба – совокупность точечных проб, отобранных из одной партии. Размер объединенной пробы зависит от количества точечных проб, а представительность – от того, насколько установленные правилами количество

проб и места их отбора позволили сформировать суммарный образец, отражающий действительный показатель качества всей партии с определенной степенью достоверности (или в пределах допустимых погрешностей).

Из объединенной пробы отбирают средние пробы, а из них – навески для проведения сертификационных, исследовательских или иных контрольных испытаний.

В зарубежной и отечественной литературе термины «органолептическая оценка», «сенсорный, или органолептический, анализ» часто применяются как равнозначные. При современном уровне развития науки органолептики необходимо разделить эти понятия.

Сенсорный анализ – анализ с помощью органов чувств, обеспечивающих организму получение информации об окружающей среде с помощью зрения, слуха, обоняния, вкуса, осязания, вестибулярной рецепции и интеророрецепции.

Органолептическая оценка качества пищевых и вкусовых продуктов – оценка информации о качестве воспринимается органами чувств человека: обоняния, зрения, вкуса, осязания.

Органолептические методы – это методы определения значений показателей качества с помощью органов чувств (зрения, слуха, обоняния, осязания и вкуса) без применения измерительных приборов¹.

Недостатком является их субъективность, так как достоверность показателей качества часто зависит от квалификации и практического опыта специалиста, физических особенностей его организма. Также показатели качества далеко не всегда могут быть выражены в расчетных единицах измерения, что затрудняет объективную оценку уровня качества изделия.

Органолептическую оценку начинают с внешнего осмотра состояния упаковки, содержания маркировки, ознакомления с сопроводительными документами, затем переходят к определению внешнего вида, далее оценивают запах, вкус и консистенцию. Внешний вид определяют зрительно по общему зрительному ощущению, производимому продуктом; форму – по геометрическим свойствам (пропорциям) продукта. Также учитывают цвет (не только на поверхности, но и на разрезе или на изломе), форму, состояние поверхности, рисунок, прозрачность, наличие различных включений. Продукт осматривают при достаточном освещении (лучше всего при дневном свете). Товары жидкой консистенции наливают в сосуды из бесцветного стекла и рассматривают в проходящем или отраженном свете.

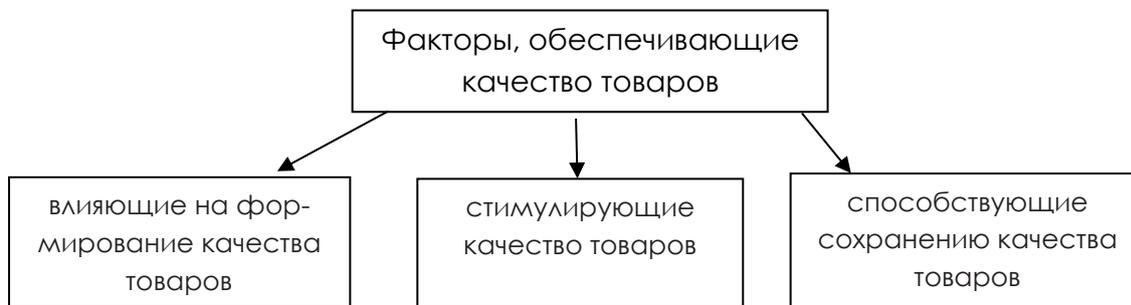
Запах – показатель качества продукта, определяемый обонянием, благодаря которому можно определить присутствие в продукте даже ничтожного количества посторонних (керосина, фенола) или дурно пахнущих веществ (продуктов разложения жиров, белков), а также летучих кислот. Для определения запаха лучше своего продукт подогреть до 20-40 С, так как при повышенной температуре органами обоняния лучше улавливаются летучие пахучие вещества.

¹ ГОСТ ISO 5492-2014 Органолептический анализ. Словарь

При определении качества отдельных товаров (рыбы, мяса) бывает необходимо определить запах не только с поверхности, но и в глубоких частях продукта.

Вкус на практике часто определяют вкупе с запахом. Иногда при определении вкуса легче установить и запах. Если продукт обладает неприятным посторонним запахом, его признают негодным для употребления и на вкус, как правило, не исследуют. Пищевым продуктам присущи самые разнообразные вкусы – кислый (наличие винной, молочной, лимонной, яблочной и других кислот), сладкий (присутствие сахаров), соленый (значительное количество поваренной соли), горький (наличие гликозидов, алкалоидов и солей калия, магния, кальция).

Консистенцию определяют при надавливании пальцами или с помощью шпателя, либо простукиванием каким-либо твердым предметом. Обычно исследуют при температуре 15-20 С° ознакомление с факторами, обеспечивающими качество товаров (рис. 17).



Источник: составлено авторами.

Рис. 17. Факторы, обеспечивающие качество товаров

Факторы, влияющие на формирование качества товаров:

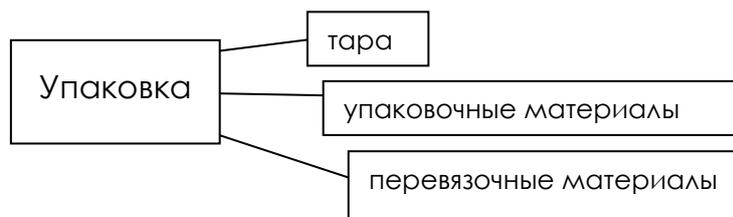
- изучение рынка товаров;
- разработка требований к товарам;
- качество исходного сырья и материалов;
- качество конструирования и проектирования;
- качество изготовления (переработки);
- контроль готовой продукции.

Факторы, стимулирующие качество товаров:

- социальная и экономическая целесообразность и эффективность производства, особенности управления;
- ценообразование;
- материальная заинтересованность работников;
- санкции за производство некачественной продукции.

Факторы, способствующие сохранению качества товаров:

- упаковка и маркировка;
- условия транспортирования;
- условия хранения;
- условия реализации и использования товаров;
- техническая помощь в обслуживании;
- утилизация после использования.



Источник: составлено авторами.

Рис. 18. Виды упаковки

Требования к упаковке:

- безопасность
- совместимость
- экологическая чистота
- взаимозаменяемость
- надежность
- эстетичность
- экономичность

Тара по использованию бывает разовая и многоразовая; по принадлежности – инвентарная (собственность предприятия), она же многооборотная, возвратная; по конструкции – разборная, неразборная, складная; по составному элементу – каркасная, ящичная, сетчатая (рис. 18, 19).



Источник: составлено авторами.

Рис. 19. Виды тары

Транспортировка и условия хранения – этап товарной стадии (сохранение качества и количества товаров на складе и в пути; цель хранения – сохранить исходное свойство товара или с незначительными изменениями, потерями).

При хранении проявляется важное свойство товара – их сохраняемость. Условия хранения имеют ключевое значение для сохраняемости товаров. Режим хранения составляют:

- а) температура воздуха;
- б) влажность воздуха;
- в) освещенность;
- г) санитарно-гигиеническое состояние помещений;
- д) соблюдение правил размещения, укладки, товарного соседства.

Температура, относительная влажность, воздухообмен, газовый состав воздуха, освещенность – климатический режим складского помещения.

Относительная влажность воздуха – степень насыщения воздуха водяными парами.

Влажность делится на 4 группы:

- сухая (65%);
- умеренная (70–75%);
- влажная (80-85%);
- повышенной влажности (90-95%).

По влажности товары делятся на 4 группы (рис. 20).

Сухие	Умеренные	Влажные	Повышенной влажности
крупы, мука, соль, сахар, сухофрукты, пряности)	кофе, чай, кондитерские изделия)	молочные, тыквенные, лук, чеснок, мясо, рыба, вино	плоды квашен, овощи, замороженные плоды)
Влажность воздуха – не выше 65%	Влажность воздуха – не выше 70-75%;	Влажность воздуха – не выше 80-85%;	Влажность воздуха – не выше 90-95%.

Источник: составлено авторами.

Рис. 20. Продовольственные товары по степени влажности

Газовый состав воздуха: при хранении товары выделяют углекислый газ, ароматические вещества, все это изменяет газовый состав, что отрицательно сказывается на качестве товаров (разрушаются определенные свойства, прогоркает жир).

Освещенность: прямые солнечные лучи, а также свет отрицательно воздействуют на качество товаров, поэтому необходимо закрывать товары от солнечных лучей.

Воздухообмен: скорость обмена воздуха на складе. Естественный и принудительный (вентиляторы) воздухообмен.

Практические задания

Задание 1

Выявить принципы подразделения продовольственных товаров на товарные сорта (сырьевой, технологический или комплексный). Результаты работы представить в таблице.

Принципы деления на товарные сорта

Наименование продукта	Принцип деления на сорта	Наименования показателей, влияющих на сортность и их значение для каждого сорта
Колбасы варено-копченные Мука ржаная Кофе Макаронные изделия Крупа рисовая		

Задание 2

Изучить дефекты хлебобулочных изделий и заполнить таблицу.

Характеристика дефектов хлеба

Наименование дефектов	Причины возникновения	Меры предупреждения
Дефект внешнего вида		
Неправильная форма		
Притиски		
Крупные трещины и т.д.		
Дефекты мякиша		
Непромес		
Липкий, сыропеклый мякиш и т.д.		
Дефекты вкуса и аромата		
Хруст на зубах		
Солодовый привкус и т.д.		

Задание 3

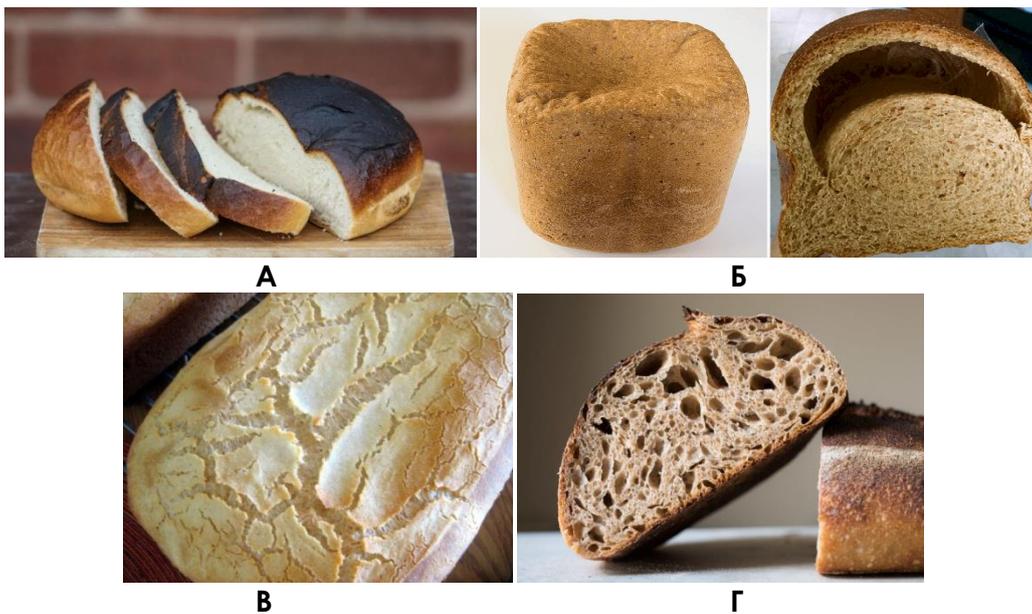
Изучить возможные дефекты сахар-песка и сахара – рафинада и меры по их предупреждению. Заполнить таблицу по следующей форме.

Дефекты сахара-песка и рафинада

Дефекты сахара-песка и рафинада	Причины возникновения	Меры предупреждения
Увлажнение, потеря сыпучести, наличие нерассыпающихся комочков		
Желтоватый или серый цвет		
Наличие комочков непробеленного сахара		
Посторонний вкус и запах		
Посторонние примеси (ворс, костра, окалина)		
Повышенное содержание мелочи в кусковом сахаре		
Наличие белых бугорков на поверхности кускового сахара		
Крупные и мелкие комки в сахар-песке		

Задание 4

По фото определить, какой дефект у хлебобулочного изделия.



Задание 5. Ситуационная задача

Ознакомьтесь с условиями ситуационной задачи, изучите необходимую нормативную документацию, смоделируйте порядок проведения товароведной экспертизы.

Ситуационная задача. В адрес торговой фирмы «М» (г. Пермь, ул. Ленина 28) 20 марта текущего года поступила партия макаронных изделий весом 2 т из г. Челябинска. Макароны упакованы в ящики из гофрированного картона.

Партия макаронных изделий сопровождалась следующими документами: товаротранспортной накладной, декларацией соответствия, качественным удостоверением. На каждой единице транспортной тары имелись следующие данные:

- 1) наименование предприятия-изготовителя и его место нахождения;
- 2) наименовании продукции – макароны;
- 3) группа В, сорт высший;
- 4) дата выработки – 15 марта текущего года;
- 5) масса нетто – 20 кг;
- 6) ГОСТ Р 51865.

При приемке изделий обнаружено, что в 24 ящиках с макаронами нарушена упаковка. Поставщик (изготовитель) принять участие в приемке не смог.

23 марта текущего года был вызван эксперт для проведения количественной и качественной экспертизы макаронных изделий. Экспертом были отобраны пробы для оценки качества макарон.

Результаты экспертизы следующие:

- цвет изделий белый с желтоватым оттенком, однотонный;
- поверхность гладкая;

- массовая доля влаги – 12,5%;
- кислотность – 5,0 градуса;
- массовая доля крошки – 4%;
- содержание деформированных изделий – 5,0%;
- в процессе варки изделия теряли форму, слипались, образовывали комья;
- зараженность вредителями не обнаружена.

Порядок решения ситуационной задачи:

1. Изучить требования к качеству макаронных изделий по ГОСТ Р 51865.
2. Указать, какие сопроводительные документы необходимы для приемки партии макаронных изделий.
3. Проверить, соответствует ли маркировка макаронных изделий требованиям ГОСТ Р 51074.
4. Определить величину выборки объединенной и средней проб для оценки физико-химических и органолептических показателей качества макаронных изделий.
5. Указать, каковы могут быть причины потери формы макаронных изделий в процессе варки.

Задание 6

Проанализировать разделы «Технические требования к качеству» трех стандартов на продукцию однородной группы. Выявить общие и специфические показатели качества для всех видов (наименований) продукции. Результаты оформить в виде таблицы.

Общие и специфические показатели качества продукции однородной группы

Наименование показателей	Наименование продукции		
	А (огурцы)	Б (патиссоны)	В (кабачки)
Общие показатели			
Пример:			
Внешний вид	+	+	+
Вкус и запах	+	+	+
Внутреннее строение	+	+	
Специфические показатели			+

Примечание: к общим показателям относятся наименования параметров, выявленных во всех анализируемых стандартах. Специфические показатели присущи лишь 1-2 видам продукции.

Задача 7

Произвести отбор проб для определения качества дыни, если они поступили в торговую сеть навалом весом 7 т.

В данном примере для отбора проб следует использовать ГОСТ 7178-2015 *Дыни свежие. Правила приемки.*

Задача 8

Произвести отбор проб для определения качества арбузов, если они поступили в продуктовый магазин навалом весом 4 т.

В данном примере для отбора проб следует использовать ГОСТ 7177-80 *Арбузы продовольственные свежие. Технические условия.*

Задача 9

Произвести отбор проб на томаты свежие при условии, что поступило 150 ящиков по 15 кг в каждом.

В данном примере для отбора проб следует использовать ГОСТ 1725-85 *Томаты свежие. Технические условия.*

Задача 10

Рассчитать по стандарту размер точечной, объединенной и средней проб для крупы ячневой, поступившей в магазин в количестве 15 мешков по 50 кг в каждом.

Отбор проб для анализа качества крупы производится по ГОСТ 26.312.1-84 *Правила приемки и методы отбора проб круп.*

Задача 11

В магазин поступила партия картофеля массой 600 кг. Определить массу объединенной пробы, необходимую для оценки качества, если картофель поступил упакованный в: 1) ящики массой нетто 30 кг; 2) контейнеры (ящичные поддоны) массой нетто 300 кг; 3) потребительскую тару (сетчатые мешки) массой по 3 кг.

В данном примере для отбора проб следует использовать ГОСТ 7194-81 *Картофель свежий. Правила приемки и методы определения качества.*

Задание 12

Провести оценку качества предложенных образцов хлебобулочных изделий по ГОСТ 31805-2012 *Изделия хлебобулочные из пшеничной муки.*

Общие технические условия по органолептическим показателям

Наименование показателя	Характеристика по ГОСТ 31805-2012	Результат
Внешний вид	Соответствующий виду изделия	
Форма и поверхность, цвет	От светло-желтого до темно-коричневого	
Состояние мякиша* (пропеченность, промес, пористость)	Пропеченный, невлажный на ощупь, без следов непромеса	
Вкус	Свойственный изделию данного вида, без постороннего привкуса. При использовании пищевкусовых добавок – привкус, свойственный внесенным добавкам	
Запах	Свойственный изделию данного вида, без постороннего запаха. При использовании ароматических добавок – запах, свойственный внесенным добавкам	

Задание 13

Провести оценку качества кофе (порошкообразного, гранулированного, сублимированного) по органолептическим показателям. Требования ГОСТ 32776-2014 Кофе растворимый. Общие технические условия. Результаты оформить в таблице.

Органолептические показатели качества кофе растворимый

Наименование показателя	Характеристика	Результат
Внешний вид: – порошкообразный	Мелкодисперсный, сыпучий порошок	
– гранулированный	Агломерированные частицы различных форм и размеров	
– сублимированный	Частицы плотной структуры различных форм и размеров с гладкой или слегка шероховатой поверхностью	
Цвет	От светло- до темно-коричневого, однородный по интенсивности	
Вкус	Выраженный, с различными оттенками, свойственный данному продукту	
Аромат	Ярко выраженный, свойственный данному продукту	

Задание 14

В соответствии с ГОСТ 15810-2014 определить вид полученного образца пряников (заварные, сырцовые). Провести органолептическую оценку и дать заключение о качестве пряников.

Результаты оценки качества пряников по органолептическим показателям оформить в виде таблицы.

Характеристика показателей качества пряников

Показатель	Характеристика по ГОСТ	Фактические данные
Форма		
Поверхность		
Цвет		
Толщина, мм		
Вид в изломе		
Вкус и запах		

Сделать заключение о качестве пряников.

Задание 15

Дать характеристику потребительской упаковке одного вида товаров разных производителей. Результаты оформить в виде таблицы.

Характеристика потребительской тары

№ п/п	Наименование тары, упаковки	Назначение тары	Конструкция	Применяемые материалы	Достоинства	Недостатки
1.						
2.						
3.						

Задание 16

Изучить температурный, влажностный режим хранения продовольственных товаров. Использовать данные, указанные на маркировке потребительской упаковки товара. Результаты оформить в виде таблицы.

Температурный режим хранения товаров

Наименование товаров	Температура хранения	Относительная влажность	Наличие защитных покрытий

Ознакомиться с условиями ситуационной задачи, изучить необходимую нормативную документацию, смоделировать порядок проведения товароведной экспертизы.

Ситуация 1

При нарушении температуры транспортирования скоропортящейся продукции: доставка апельсинов и грейпфрутов свежих в прицепе автомашины с рефрижераторной установкой, которая в пути следования вышла из строя при отрицательных температурах окружающего воздуха (зимой). В результате фрукты доставлены в подмороженном виде, поскольку большая их партия находилась у дверей.

Вопросы:

1. Какая должна быть температура при транспортировке апельсинов и грейпфрутов в рефрижераторных транспортных средствах?
2. Изучить по нормативным документам требования к транспортировке и условию хранения апельсинов и грейпфрутов.

Ситуация 2

При нарушении температуры транспортирования скоропортящейся продукции: доставка томатов и огурцов свежих в прицепе автомашины с рефрижераторной установкой в летний период, сбор овощей производился в естественных жарких условиях (+40°C). Чтобы снизить температуру внутри прицепа автомашины, водитель нарушил режим (интервалы и степень снижения). В результате продукция доставлена в подмороженном виде, так как большая их партия находилась у рефрижераторной установки.

Вопросы:

1. Какая должна быть температура в рефрижераторных транспортных средствах при транспортировке томатов и огурцов свежих?
2. Изучить по нормативным документам требования к транспортировке и условиям хранения огурцов и томатов.

Ситуация 3

При повышенной влажности хранения и транспортирования продукции легкой промышленности, особенно из натуральных материалов – текстильных товаров из шерсти: повышенная влажность при длительной доставке водным транспортом. В результате продукция доставлена во влажном состоянии, так как большая их партия находилась с поврежденной упаковкой во время перевозки.

Вопросы:

1. Изучить и перечислить требования к транспортированию текстильных товаров из шерсти.
2. Изучить технические требования к упаковке при повышенной влажности для тканей из шерсти.

Ситуация 4

Ненадлежащее хранение и условия продажи промышленных товаров: при длительном воздействии солнечного света происходит выгорание цвета (швейные изделия из натуральной кожи).

Вопрос:

1. Изучить и перечислить условия и особенности хранения швейных изделий.

Контрольный тест по теме «Экспертиза товаров»

1. Стандартным товаром является тот товар, который:
 - a) соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям;
 - b) нравится потребителям;
 - c) имеет привлекательный внешний вид.
2. Брак – это:
 - a) неликвидный товар;
 - b) товар непривлекательный;
 - c) товар с выявленными устранимыми или неустранимыми несоответствиями по одному или нескольким показателям.

3. К нестандартному товару относится товар, который:

- a) непривлекательный;
- b) не соответствует установленным требованиям по одному или комплексу показателей, но это несоответствие не является критическим (опасным);
- c) не соответствует установленным требованиям по одному или комплексу показателей.

4. Дефект – это:

- a) товар с критическими несоответствиями установленным требованиям, который не может быть реализованным;
- b) неликвидный товар;
- c) невыполнение заданного или ожидаемого требования стандарта.

5. Критические дефекты – это:

- a) мелкие дефекты;
- b) сложные дефекты;
- c) несоответствия товаров установленным требованиям, которые могут нанести вред жизни, здоровью потребителя или окружающей среде.

6. Градация качества – это _____

7. Отдельные товары, которые обладают целостностью и присущими конкретному виду или наименованию потребительскими свойствами, – это:

- a) единичные экземпляры;
- b) товарные партии;
- c) комплексные упаковочные единицы.

8. В качестве единичных экземпляров товаров могут выступать:

- a) ящик гвоздей;
- b) пара обуви, банка с краской;
- c) ящик или пачка печенья.

9. К специфичным количественным характеристикам относятся:

- a) скважистость, сыпучесть;
- b) теплопроводность, объем;
- c) длина, термодинамическая температура.

10. К физическим свойствам относятся:

- a) прочность;
- b) длина;
- c) деформация;
- d) вязкость.

11. Общие свойства – это _____

12. Количество товаров в определенном размере, выраженное в основной (кг) или производных величинах (мг, г, ц, т и др.) называется:

- a) объемом;
- b) площадью;
- c) массой товаров?

13. К свойствам, определяющим количественную характеристику товаров, не относятся:

- a) физические;
- b) механические;
- c) термические;
- d) оптические;
- e) акустические;
- f) химические.

14. Условная единица длины, не зависящая от ширины изделия:

- a) квадратный метр;
- b) погонный метр;
- c) производная величина.

15. Специфические свойства – это _____

a) присущие товарным партиям или единичным товарам свойства: насыпная масса, сыпучесть, пористость, пластичность и т.п.;

b) основные физические величины: масса, длина, температура, объем, теплопроводность, теплоемкость;

c) совокупность единичных экземпляров товара и/или комплексных упаковочных единиц, объединенных по определенному признаку.

16. К термическим свойствам товаров относятся:

Контрольные вопросы

1. Привести классификацию товаров по требованиям к оптимальному режиму хранения и срокам хранения.
2. Дать определение понятий «оценка качества» и «градация качества». Указать основные этапы оценки качества.
3. Назвать основные градации качества и дать их определения.
4. Указать принципы деления на товарные сорта. Что такое пересортица?
5. Дать определение понятия «дефект». Рассмотреть классификацию дефектов.
6. Назвать количественные градации товаров. Дать их определение. В чем их общность и различия?
7. Что такое общие и специфические свойства?
8. Рассмотреть виды контроля товаров по количеству и качеству. Дать их характеристику.
9. Какие дефекты могут возникать в товарах при резких колебаниях температур?
10. У каких товаров цвет, прозрачность являются показателем качества?
11. Как осуществляется выборочный контроль качества товарных партий?
12. Что такое пробы и какие виды проб существуют?
13. Правила и порядок отбор проб.
14. Порядок приемки товаров по качеству и по количеству.
15. Основные требования, предъявляемые к упаковке.
16. Какое значение имеет упаковка как средство, сохранения качества товара?
17. Как тара подразделяется по назначению, по механической прочности?
18. Что составляет климатический режим складского помещения?
19. Назвать группы хранения товаров по норме влажности.

3. ТОВАРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Товарная информация – это сведения о товаре, предназначенные для пользователей – субъектов коммерческой деятельности (рис. 21).

Основополагающая товарная информация	Сведения о товаре, имеющие важное значение для идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений	<ul style="list-style-type: none"> – вид – наименование товара – сорт – масса нетто – наименование предприятия-изготовителя – дата выпуска – срок хранения или годности
Коммерческая товарная информация	Сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков, продавцов, но малодоступные потребителю	<ul style="list-style-type: none"> – предприятия-посредники; – нормативные документы; – ассортиментные номера и т.д.
Потребительская товарная информация	Сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений	<p>Сведения о привлекательных потребительских свойствах товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> – пищевая ценность, состав, назначение; – способ употребления

Источник: составлено авторами.

Рис. 21. Виды товарной информации

Для доведения сведений до субъектов рыночных отношений применяются многообразные *формы товарной информации* (табл. 11):

- ✓ словесная;
- ✓ цифровая;
- ✓ изобразительная;
- ✓ символическая;
- ✓ штриховая.

Таблица 11

Формы товарной информации: словесная, цифровая, символическая

Словесная товарная информация	Цифровая товарная информация	Символическая товарная информация
Размещается на упаковке или на самом товаре	Дополняет словесную информацию о количестве товар (объем, масса брутто, масса нетто, длина)	Сведения о товаре с помощью информационных знаков

Каждая из указанных форм отличается как преимуществами, так и недостатками.

Словесная информация является наиболее доступной, если она представлена на государственном языке, т.е. на котором говорит большая часть населения страны. Многие зарубежные фирмы-изготовители, поставляющие

товары в разные страны, дают поясняющий текст на нескольких наиболее распространенных языках (английском, немецком, французском, испанском и др.). Это позволяет потребителям, говорящим на указанных языках, получать доступную информацию.

Основными преимуществами словесной информации являются ее доступность и понятность. Недостатком является ее громоздкость. Словесная информация требует значительной площади на упаковке и (или) на товаре. Для того чтобы ее прочесть и осмыслить, требуется время, которое покупатель зачастую не желает тратить, особенно если возникает необходимость ознакомления со словесной информацией о нескольких товарах-аналогах.

Цифровая информация служит чаще всего для дополнения словесной. С ее помощью возможно предоставление потребителю ограниченного перечня специфических сведений о товаре, например, порядковые номера продукции, предприятия, масса нетто, объем, длина, даты изготовления и сроки употребления. Цифровую информацию отличают четкость и единообразие. Однако в ряде случаев она доступна лишь профессионалам и непонятна потребителям (например, ассортиментные номера продукции, порядковые номера предприятий требуют расшифровки с помощью ОКП и ОКПО).

Цифровая информация применяется в сочетании с другими видами информации (словесной, символической, штриховой) или самостоятельно, например, условные цифровые обозначения маркировки на донышке консервной банки.

Изобразительная информация обеспечивает зрительное и эмоциональное восприятие сведений о товарах с помощью художественных и графических изображений непосредственно товара, или репродукции с картин, фотографий, открыток, или других эстетических объектов (цветов, животных, насекомых и т.п.), либо иных изображений.

Основным назначением этой формы информации является создание потребительских предпочтений за счет удовлетворения эстетических потребностей покупателей. В данном случае учитывается эмоциональная составляющая выбора товара покупателем.

Повышенный спрос на многие импортные товары в период перехода к рыночным отношениям нередко объяснялся тем, что эти товары выгодно отличались от отечественных продуманной изобразительной информацией. За годы рыночных отношений многие российские производители значительно усовершенствовали упаковку своих товаров и смогли найти своего покупателя.

К достоинствам изобразительной информации относятся наглядность, лаконичность, доступность восприятия, эстетичность и эмоциональность. Вместе с тем у этой формы очень ограниченные информационные возможности, поэтому она не заменяет, а лишь дополняет словесную или цифровую информацию.

Символическая информация – это сведения о товаре, передаваемые с помощью информационных знаков. Символ (от греч. *symbolon* – знак, опознавательная примета) – характеристика определенных свойств товара для краткого отражения его сущности.

Для этой формы информации характерны лаконичность, однозначность. Однако восприятие ее требует определенной профессиональной подготовки для расшифровки или оповещения потребителя через средства массовой информации, консультации и т.п.

Комплексной формой информации, сочетающей элементы символической и цифровой форм, является *штриховая*, для которой свойственно кодирование определенных сведений в виде темных штрихов, светлых пробелов и цифр. Эта информация носит чисто коммерческий характер и недоступна потребителю.

Более подробно штриховое кодирование будет рассмотрено в последующих разделах учебного пособия.

Средства товарной информации

Средства товарной информации (СТИ) предназначены для доведения сведений о товаре, его характеристиках до пользователей – изготовителей, продавцов и потребителей.

Кроме этой основной функции, многие средства товарной информации выполняют идентифицирующую функцию. Сущность ее заключается в распознавании, отождествлении товара с определенными потребительскими свойствами, в первую очередь органолептическими (внешним видом, цветом, для пищевых продуктов – вкусом и запахом, для некоторых непродовольственных товаров – запахом). Это функция наиболее присуща таким средствам, как маркировка, нормативные и технические документы.

Классификация средств товарной информации представлена в табл. 12.

Таблица 12

Средства товарной информации

Информационные ресурсы (ИР)			Специальная литература (СЛ)	Маркировка		Реклама
<u>Правовые документы:</u> – технические регламенты; – федеральные законы	<u>Нормативные документы:</u> – стандарты; – технические условия; – общероссийские классификаторы технико-экономической информации; – правила торговли	<u>Технические документы:</u> – товаро-сопроводительные документы; – проектная документация; – конструкторская документация; – документация по постановке производства	– справочники; – словари; – научная справочная литература; – научно-популярная справочная литература	<u>Производственная маркировка:</u> – этикетки; – бирки; – контрольные ленты; – ярлыки; – клейма; – штампы	<u>Торговая маркировка:</u> – ценники; – кассовые чеки; – товарные чеки; – счета	– реклама в прессе; – печатная реклама; – аудиовизуальная реклама; – радио-реклама; – телереклама; – рекламные сувениры; – наружная реклама; – интернет-реклама; – выставки и ярмарки (PR); – почтовая реклама (direct-mark)

В зависимости от назначения средства товарной информации подразделяют на группы: информационные ресурсы, специальная литература, маркировка и реклама.

В свою очередь, группы подразделяются на подгруппы в зависимости от носителей информации, а последние – на виды носителей информации.

Средства товарной информации отличаются различным соотношением основополагающей, коммерческой и потребительской информации. Общим для них является наличие основополагающей информации.

В маркировке наибольший удельный вес приходится на основополагающую и потребительскую информацию.

В товарно-сопроводительных документах основополагающая информация дублирует маркировку на транспортной и потребительской таре. Необходимость в этом обусловлена общей идентифицирующей функцией указанных средств товарной информации. Вместе с тем различие между ними заключается в их назначении. Если маркировка предназначена для всех субъектов рыночных отношений, включая и потребителей, то товарно-сопроводительные документы необходимы в основном для изготовителей, продавцов, а также контролирующих органов. Поэтому в них наряду с основополагающей информацией преобладает коммерческая информация (масса брутто и нетто товарной партии, единичных упаковок, реквизиты транспортных средств и т.п.), которая не представляет интереса для основной массы потребителей.

В товарно-сопроводительных документах практически отсутствует потребительская информация, предназначенная для обеспечения компетентного выбора товаров, а также для рационального их использования, хранения и эксплуатации.

Правовое обеспечение товарной информации

Правовую основу информационного обеспечения потребителей составляют следующие основные законы: «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О техническом регулировании», «О защите прав потребителей», «О рекламе».

Федеральный закон от 27 июля 2006 г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» регулирует отношения, возникающие при:

- 1) осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации;
- 2) применении информационных технологий;
- 3) обеспечении защиты информации (статья 1).

В законе определены основные понятия в сфере информации: информация, информационные технологии, информационная система, информационно-телекоммуникационная сеть, обладатель информации, доступ к информации, конфиденциальность информации, предоставление информации, распространение информации, документированная информация и др. (статья 2).

Принципы правового регулирования отношений в сфере информации, информационных технологий и защиты информации указаны в статье 3. Определение общедоступной информации дано в статье 7, а ограничения доступа к информации установлены в статье 9.

Статья 12 посвящена государственному регулированию в сфере применения информационных технологий, которое предусматривает:

1) регулирование отношений, связанных с поиском, получением, передачей, производством и распространением информации с применением информационных технологий (информатизации), на основании принципов, установленных настоящим Федеральным законом;

2) развитие информационных систем различного назначения для обеспечения граждан (физических лиц), организаций, государственных органов и органов местного самоуправления информацией, а также обеспечение взаимодействия таких систем;

3) создание условий для эффективного использования в Российской Федерации информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети Интернет и иных подобных информационно-телекоммуникационных сетей.

Статьи 16 и 17 настоящего Закона посвящены защите информации и ответственности за правонарушения в сфере информации, информационных технологий и защиты информации, в частности оговаривается, что нарушение требований настоящего Федерального закона влечет за собой дисциплинарную, гражданско-правовую, административную или уголовную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

27 декабря 2002 г. был принят ФЗ №184-ФЗ «О техническом регулировании».

Данный закон регулирует отношения, возникающие при:

– разработке, принятии, применении и исполнении обязательных требований к продукции, в том числе зданиям и сооружениям (далее – продукция) или к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации;

– разработке, принятии, применении и исполнении на добровольной основе требований к продукции, процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг;

– оценке соответствия.

Настоящий Федеральный закон также определяет права и обязанности участников, регулируемых настоящим Федеральным законом отношений (статья 1).

В статье 2 даны основные понятия, применяемые в Законе: декларация о соответствии, знак соответствия, знак обращения, международный, национальный и региональный стандарт, стандарт иностранного государства, технический регламент, сертификат соответствия и др.

Особый интерес для потребителя представляют знак обращения и знак соответствия. Законом впервые введено понятие «знак обращения», который обозначает, что продукция соответствует требованиям технических регламентов

(независимо от формы обязательного подтверждения соответствия). «Знак соответствия» информирует приобретателя о соответствии продукции, работ, услуг требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту, т.е. необязательным требованиям. Закон разделил упомянутые знаки не только по их внешнему виду, но и по области применения и по названию, что, конечно, отвечает интересам потребителя.

Вопросы подтверждения соответствия затронуты в главе 4. Принципиальным решением является сохранение в Законе принципа добровольного и обязательного подтверждения соответствия, являющегося следствием установления требований к объектам технического регулирования в документах, имеющих обязательный государственный статус или в документах рекомендательного (договорного) характера.

Закон затрагивает вопросы государственного контроля за соблюдением требований технических регламентов, ответственности за нарушения требований (главы 6, 7).

Как уже отмечалось выше, ФЗ «О техническом регулировании» ввел новый документ – технический регламент (ТР): это документ, принятый органом власти и содержащий технические требования, обязательные для исполнения и применения либо непосредственно, либо путем ссылок на стандарты. В свете нормы пункта 1 статьи 6 ФЗ «О техническом регулировании» требования, относящиеся к маркировке и этикетированию продукции, приобретают обязательный характер, поскольку маркировка выполняет информационную функцию, т.е. сообщает приобретателю сведения о безопасности, изготовителе, категории качества и др.

В настоящее время идет активный процесс интеграции России в международную деятельность по формированию единой системы технического регулирования на территории Таможенного союза Евразийского экономического союза (ТС ЕАЭС).

Странами – участниками ЕАЭС являются Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и Российская Федерация. Комиссия ТС осуществляет руководство работами по техническому регулированию. Комиссия рассматривает проекты технических регламентов Таможенного союза (ТР ТС) и принимает их. В настоящее время приняты следующие ТР ТС:

ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования»;

ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки»;

ТР ТС 006/2011 «О безопасности пиротехнических изделий»;

ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков»;

ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек»;

ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции»;

ТР ТС 015/2011 «О безопасности зерна»;

ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности»;

ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»;

ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»;
ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей»;
ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию»;
ТР ТС 025/2011 «О безопасности мебельной продукции»;
ТР ТС 027/2012 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания»;
ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств»;
ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции»;
ТР ТС 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции»;
ТР ТС 035/2014 «Технический регламент на табачную продукцию» и др.

В конце 2011 года решением Президентов Российской Федерации, Республики Беларусь и Республики Казахстан создана Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК). Основной задачей ЕЭК является обеспечение условий функционирования и развития Таможенного союза и Единого экономического пространства, а также выработка предложений по дальнейшему развитию интеграции. ЕЭК передаются полномочия упраздняемой Комиссии Таможенного союза (КТС).

На сегодня помимо ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и технических регламентов Таможенного союза горизонтального действия на конкретные виды продукции требования к информации на упаковке продуктов питания устанавливает ГОСТ Р 51074-2003 *Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования.*

Правила этикетирования пищевых продуктов регламентируются требованиями ГОСТ Р 53598-2009 *Продукты пищевые. Рекомендации по этикетированию.*

Закон «О защите прав потребителей» устанавливает:

- право потребителей на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) (статья 8);
- требования к информации об изготовителе (исполнителе, продавце) (статья 9);
- требования к информации о товарах (работах, услугах) (статья 10);
- ответственность изготовителя (исполнителя, продавца) за ненадлежащую информацию (статья 12).

Единого нормативного документа, который бы регламентировал требования к информации на упаковке непродовольственных товаров, в настоящее время не существует. В связи с этим необходимо руководствоваться техническими регламентами на данную товарную группу, а при их отсутствии – на действующие нормативные документы.

Первую информацию о товаре, особенно о новом, потребитель получает из рекламы. 13 марта 2006 года был принят ФЗ № 38-ФЗ «О рекламе».

Закон «О рекламе» определил положение хозяйствующих субъектов в рекламной деятельности и маркетинговых коммуникациях, ввел понятийный аппарат и общие требования к рекламе, определил специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг, а также к различным способам распространения рекламы, запретил ненадлежащую рекламу, установил государственный контроль в лице антимонопольного органа за соблюдением законодательства РФ о рекламе и ответственность за его нарушение.

Требования к товарной информации

На основании перечисленных выше законодательных актов можно сформулировать следующие основные требования к товарной информации.

Эти требования часто называют «Три Д».

Первое «Д» – **достоверность** – означает правдивость и достоверность сведений, предоставляемых потребителю о товаре. Информация о товаре не должна дезинформировать потребителя (вводить в заблуждение), навязывать субъективную точку зрения о товаре и его свойствах.

Несоблюдение первого «Д» можно трактовать как информационную фальсификацию, так как она обязательно сопровождает ассортиментную и качественную фальсификацию. Однако фальсификация – это действия, всегда направленные на обман потребителя с корыстной целью, в то время как недостоверность информации о товаре может быть следствием низкого уровня профессиональных знаний хозяйствующих субъектов.

Например, информацию о составе молока, предоставляемую большинством изготовителей, можно считать недостоверной, так как в большинстве случаев приведены точно фиксированные значения, а не предельные значения веществ, входящих в состав молока. Такие значения устанавливаются лишь для продуктов с гарантированным составом. Для состава природных продуктов, к которым относится молоко, характерны существенные колебания.

Второе «Д» – **доступность**. Это требование связано с принципом информационной открытости сведений о товаре, затрагивающих интересы всех пользователей.

Общее требование доступности информации можно подразделить на ряд частных:

- ✓ языковая доступность, т. е. информация должна предоставляться на государственном языке или языке преобладающей части потребителей, для которых этот товар предназначен;

- ✓ востребованность – предоставление необходимой информации по требованию пользователя;

- ✓ понятность – использование общепринятых и (или) стандартизированных понятий, терминов, условных обозначений (символов), а также возможность их определения или расшифровки.

Языковая доступность в Федеральном законе «О защите прав потребителей» конкретизируется следующим образом: «...информация в наглядной и

доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации».

К сожалению, многие импортные товары не имеют маркировки на русском языке, что затрудняет их использование.

Учитывая это, становится необходимым обязывать торговые организации при заключении контрактов с иностранными поставщиками предусматривать в условиях контракта наличие маркировки на товаре и (или) упаковке на русском языке. Если это требование не было предусмотрено в договоре, то предприятие торговли должно самостоятельно обеспечивать перевод текста маркировки на русский язык, а при необходимости и на язык субъекта Российской Федерации.

Востребованность – право потребителя на необходимую информацию и обязанность изготовителя или продавца ее предоставить по первому требованию, регламентируемое Федеральным законом «О защите прав потребителей».

Согласно «Правилам продажи отдельных видов товаров», продавец обязан по требованию потребителя ознакомить его с товарно-сопроводительной документацией на товар, содержащей по каждому наименованию товара сведения об обязательном подтверждении соответствия законодательству Российской Федерации (или Таможенного союза) о техническом регулировании (сертификат соответствия, его номер, срок его действия, орган, выдавший сертификат, или сведения о декларации соответствия, в том числе ее регистрационный номер, срок ее действия, наименование лица, принявшего декларацию, и орган, ее зарегистрировавший). Эти документы должны быть заверены подписью и печатью (п.12 в ред. постановления Правительства РФ от 04.10.2012 №1007).

В современных условиях, когда рынок насыщен товарами, у потребителей появилась возможность выбора и, следовательно, возникла необходимость в информации, ее востребованности. В свою очередь, это требует и от продавца определенной информационной осведомленности.

Понятность информации – требование, предполагающее использование общепринятых понятий, терминов, определения которых приводятся в терминологических стандартных словарях и справочниках, или терминов и понятий, которые относятся к общепринятым, поэтому не требуют определений и пояснений.

К общепринятым понятиям следует отнести наименование известных потребительских товаров (хлеб, овощи, плоды, масло сливочное, сыр сычужный, маргарин и т.п.). Однако не все наименования товаров, особенно новых или марочных, могут быть понятны потребителю (например, спрэд, сырный продукт и др.), поэтому требуется поясняющая информация, предоставляемая потребителю в устной или письменной форме (например, устная консультация продавца, аннотация или разъясняющий текст на маркировке).

Стандартизированные термины являются объектами терминологических стандартов, справочников и словарей, в которых указываются их определения и недопустимые синонимы. Объектами стандартизации служат, как правило, профессиональные термины. Это позволяет исключить возможность разной трактовки определенных фактов, событий, свойств и явлений.

Применение символов сокращает и рационализирует представляемую информацию, однако отсутствие сведений об их расшифровке может служить причиной дезинформации пользователей. Например, распространенный информационный знак «Зеленая точка» иногда трактуется потребителями как символ экологически чистого продукта, хотя фактически этот знак символизирует возможность экологически безопасной переработки или вторичного использования упаковки.

Третье «Д» – **достаточность информации** – может трактоваться как рациональная информационная насыщенность, что исключает предоставление как неполной, так и излишней информации.

Неполная информация – это отсутствие определенных сведений о товаре. Зачастую неполная информация обуславливает ее недостоверность. Например, на российском потребительском рынке очень часто встречаются товары, произведенные совместными предприятиями в России или странах ближнего зарубежья, без указания страны происхождения или наименования изготовителя. Эта неполная информация одновременно является и недостоверной, а товары, выдаваемые за импортные, – фальсифицированными.

Излишняя информация – это предоставление сведений, дублирующих основную информацию без особой необходимости или не представляющих интереса для ее пользователей. Избыток информации также вреден, так как в современных условиях информационных перегрузок бесполезные сведения о товаре могут вызвать раздражение потребителя и послужить отрицательной мотивацией при принятии решения о выборе покупки. Например, технические регламенты устанавливают требования к безопасности продуктов питания, в том числе допустимые значения по содержанию различных вредных веществ и микроорганизмов. Однако подобные сведения никогда не размещаются на упаковке продуктов питания, так как могут отрицательно повлиять на выбор покупателя.

К тому же следует добавить, что вся информация, в том числе и бесполезная, в конечном счете оплачивается потребителем. Каждая буква информационного текста на маркировке или в печатной рекламе, каждая минута эфирного времени стоят денег, которые либо включаются в себестоимость товара в виде издержек производства или обращения, либо уменьшают прибыль предприятия.

Достаточной следует считать информацию, которая содержит все сведения, предусмотренные в Федеральном законе «О защите прав потребителей», причем эта информация может содержаться необязательно в одном виде информационных ресурсов, а в нескольких. Так, информация о безопасности товаров может быть представлена на маркировке в виде знака соответствия, а может быть указана в дополнение или взамен в виде сертификата или штампа

на товарно-сопроводительных документах. Такая информация хотя и дублирующая, но излишней не является.

Следует отметить, что дублирующая информация – это не синоним излишней информации. Во многих случаях дублирование информации необходимо в целях оптимизации учета товародвижения и рационализации доведения ее до разных категорий пользователей.

Так, потребительская и транспортная маркировки содержат в основном дублирующие сведения, но это вполне обосновано их целевым назначением. Транспортная маркировка предназначена для отправителей, получателей, транспортных организаций и предоставляет необходимую для них информацию без вскрытия транспортной тары. В то же время указание потребительской информации на транспортной таре (например, о составе продукта, способе использования, эксплуатации и т.п.) является излишней информацией.

Потребительская маркировка предназначена для потребителей, поэтому наряду с основополагающей информацией в ней должны содержаться сведения, представляющие интерес для потребителей.

Требования «Три Д» относятся ко всем средствам и носителям товарной информации, хотя требование достаточности должно быть отнесено не к единичному средству или носителю, а к комплексу этих средств.

3.1. МАРКИРОВКА КАК СРЕДСТВО ТОВАРНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Маркировка – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные на упаковку и товар, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях, количественных и качественных характеристиках товара.

Контактная маркировка на сегодняшний день является самой распространенной. Печать производится с помощью подпружиненной головки, которая с легким касанием позволяет делать надписи даже на движущихся изделиях.

Электрокапельструйная маркировка наносится путем бесконтактного нанесения буквенно-цифровой и графической информации на любой вид поверхности. Изображение символов на маркируемом объекте представляет собой матрицу капель, столбцы которой образуются электрической разверткой пропорционально величине заряда капель, а вторая координата получается за счет относительного перемещения маркируемого объекта и печатающей головки. Крупносимвольные капельструйные принтеры для бесконтактной маркировки устанавливаются на линии и позволяют наносить требуемую информацию на любую пористую поверхность (короба) с различной высотой символов и обладают множеством функций. Принтеры больших знаков используют так называемую DOD (drop-on-demand)-технология, основанную на разовых выбросах чернильных капель из печатающей головки.

Лазерная маркировка в силу своей высокой стоимости только начинает завоевывать рынок. Принцип действия – полное удаление верхнего слоя упаковочного материала перемещением по нему лазерным лучом.

Маркировка обеспечивает работников торговли и потребителей основной информацией о товаре, дает возможность идентифицировать товар, помогает сориентироваться при выборе товара.

Таким образом, основными функциями маркировки являются: информационная, идентифицирующая, мотивационная, эмоциональная.

Информационная функция маркировки как одного из средств товарной информации является основной. Наибольший удельный вес приходится на основополагающую и потребительскую информацию, меньший – на коммерческую. При этом основополагающая информация на маркировке дублирует тот же вид информации в товаросопроводительных документах (ТСД). Несовпадение данных основополагающей информации может быть следствием фальсификации товаров.

Необходимость такого дублирования обусловлена общностью идентифицирующей функции маркировки и ТСД. Однако в отличие от ТСД маркировка предназначена для всех субъектов коммерческой деятельности, а для основной массы потребителей является практически единственно доступным средством товарной информации. Поэтому в маркировке удельный вес коммерческой информации значительно меньше.

Идентифицирующая функция маркировки чрезвычайно важна, так как это обеспечивает прослеживаемость товарных партий на всех этапах товародвижения.

Эмоциональная и мотивационная функции маркировки взаимосвязаны. Красочно оформленная маркировка, поясняющие тексты, применение общепринятых символов вызывают у потребителя положительные эмоции и служат важной мотивацией для принятия решения о покупке товара.

В зависимости от места нанесения различают маркировку производственную и торговую (см. ниже).

Маркировка должна соответствовать требованиям стандартов, других нормативных документов.

К маркировке предъявляются общие для товарной информации требования (достоверность, достаточность, доступность) и специфичные. Общие требования регламентируются Федеральным законом «О защите прав потребителей».

Специфичные для маркировки требования:

- четкость текста и иллюстраций;
- наглядность;
- однозначность текста, его соответствие потребительским свойствам товара;

-достоверность – приведенные на маркировке сведения не должны вводить получателя и потребителя в заблуждение относительно количества, качества, изготовителя, страны происхождения;

- использование для маркировки несмываемых красителей, разрешенных для применения органами Госкомсанэпиднадзора;
- сохраняемость при транспортировании, хранении и реализации товаров.

Производственная маркировка

Производственная маркировка – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем (исполнителем) на товар и (или) упаковку и (или) другие носители информации.

Носителями производственной маркировки могут быть этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы и др.

Этикетки наносятся типографским или иным способом на товар или упаковку. Кроме того, они могут быть самостоятельным носителем информации, который приклеивается или прикладывается к товару. Например, большинство упакованных в производственных условиях продовольственных товаров имеют на упаковке этикетку, на которую текст, рисунки и другая информация нанесены типографским способом. Этикетирование консервных банок осуществляется путем приклеивания бумажной этикетки или нанесения ее литографским способом. Иногда этикетку наносят непосредственно на товар (например, маркировка на доньшке посуды, на электробытовых товарах).

Этикетки отличаются значительной информационной емкостью. Кроме текста, они часто содержат изображения, символы. Из всех носителей маркировки этикетка содержит наиболее обширные по количеству характеризующих признаков сведения. Маркировка на этикетках может содержать пояснительные тексты (рис. 22).



Источник: <https://artprint.uz/images/etiketki-2-847x1200.jpg>

Рис. 22. Пример оформления этикетки

Кольеретки – разновидность этикеток, имеют особую форму, наклеиваются на горлышко бутылок. Кольеретки не несут большой информационной нагрузки, в основном их назначение – эстетическое оформление бутылок. Применяются для бутылок с алкогольными, безалкогольными напитками и пивом вместе с основной этикеткой, самостоятельного значения не имеют. На

кольеретке могут быть указаны наименование напитка, изготовитель, год изготовления или информационные знаки. Иногда на кольеретках вообще отсутствует информация (рис. 23).



Источник: <https://rostov-na-donu.samovarochka.ru/wa-data/public/shop/products/15/47/4715/images/10306/10306.750x0.jpg>

Рис. 23. Пример оформления кольеретки

Вкладыши – это разновидность этикеток, отличающиеся от них направленностью товарной информации, предназначенные для сообщения кратких сведений о наименовании товара, изготовителе (наименование организации, номер смены). Иногда вкладыши могут содержать краткую характеристику потребительских свойств товара, в первую очередь – функционального назначения. Тогда вкладыш приобретает дополнительные функции – рекламного листка или проспекта, но в отличие от них рекламная функция вкладыша не является основной, а реализуется через характеристику товара. Такие вкладыши часто встречаются в упаковке различных косметических средств. Наиболее часто применяют вкладыши для кондитерских изделий: конфет, печенья, пряников в коробках; для парфюмерно-косметических и лекарственных средств; товаров бытовой химии.

Бирки и ярлыки – носители маркировки, которые приклеиваются, прикладываются или подвешиваются к товару. Для них характерны меньшая информационная емкость, ограниченный перечень сведений, отсутствие рисунков.

Бирки отличаются от ярлыков меньшей информативностью. Они могут быть очень лаконичными, указывая только наименование либо фабричную марку, либо только название фирмы-изготовителя.

Ярлыки обычно содержат наименование товара, фирмы изготовителя, его адрес, сорт, цену, дату выпуска, а также ряд идентифицирующих данных. Так, на ярлыках, которые подвешиваются к одежде, указываются артикул изделия, номер модели, размер, дата выпуска. Ярлык может содержать фирменный и товарный знаки, другие необходимые условные обозначения (рис. 24).



Источник: <https://label-expert.ru/assets/files/resources.jpg>

Рис. 24. Виды ярлыков

Контрольные ленты – это носители краткой дублирующей товарной информации, выполняемой на небольшой ленте и предназначенной для контроля или восстановления сведений о товаре в случае утраты этикетки, бирки или ярлыка. Они могут применяться в дополнение, реже взамен других носителей информации. Особенностью контрольных лент является преобладание цифровой или символической информации, цель которой – указание артикула изделий, номера модели, размера, сорта, иногда артикула тканей, эксплуатационных знаков и др. Контрольные ленты наиболее часто применяются для одежно-обувных товаров, причем у обуви сведения контрольной ленты чаще наносятся на подкладку или внутреннюю часть (рис. 25).



Источник: <https://www.femizsozluk.com.tr/images/okuyan-biri.jpg>

Рис. 25. Контрольная лента

Клейма и штампы – носители информации, предназначенные для нанесения идентифицирующих условных обозначений на товары, упаковку, этикетки с помощью специальных приспособлений установленной формы.

В зависимости от места нанесения различают клейма и штампы производственные и торговые; от назначения – ветеринарные, товароведные, карантинные и проч.; от формы – овальные, прямоугольные, квадратные, треугольные, ромбовидные.

Клеймение и штампование как способ маркирования применяются для отдельных продовольственных и непродовольственных товаров. Для мяса и мясосопродуктов, включая субпродукты и жир-сырец, ветеринарное клеймение является обязательным. Клеймят мясные туши убойных животных и тушки птицы. Штампы могут быть нанесены на донышко металлических консервных банок и металлические крышки стеклянных банок, упаковки из полимерных и комбинированных материалов для соков, напитков, вина, молока и других продуктов.

Штампы и клейма на непродовольственных товарах или на их упаковке встречаются реже. Но, например, на тканях, на хазовых концах с изнаночной стороны, обязательно должно быть клеймо. Кроме того, штампы, выполненные производственным способом, наносятся на отдельные комплектующие детали сложнотехнических товаров (двигатели автомобилей, холодильные агрегаты холодильников и др.).

Существует несколько способов клеймения и штампования товаров и упаковок: нанесение клейма или штампа несмываемой краской, разрешенной органами Минздрава РФ; выдавливание штампов; вдавливание пластмассовых или казеиновых цифр, букв в продукт и т.д.

Наиболее распространенный способ, применяемый для большинства товаров, – нанесение клейма или штампа несмываемой краской. Рельефная маркировка в виде выдавленных букв, цифр, иных условных обозначений встречается на металлических консервных банках, реже на крышках стеклянных банок. Кроме того, этим способом маркируют двигатели автомобилей, а также некоторые товары сложнотехнического назначения. Рельефная маркировка встречается и на стеклянной упаковке (бутылки, банки), иногда на стеклянной посуде (например, на донышке граненых стаканов). Вдавливание пластмассовых или казеиновых цифр применяется для маркировки сыров.

К клеймам и штампам предъявляют следующие требования: четкость оттисков клейм; сохраняемость независимо от внешних воздействий; безопасность применяемых способов клеймения и штампования; сохранение товарного вида продуктов и изделий, на которые наносят клейма и штампы; соблюдение установленных правил клеймения и штампования.

Торговая маркировка

Торговая маркировка – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем на товарные (или) кассовые чеки, упаковки и (или) товар.

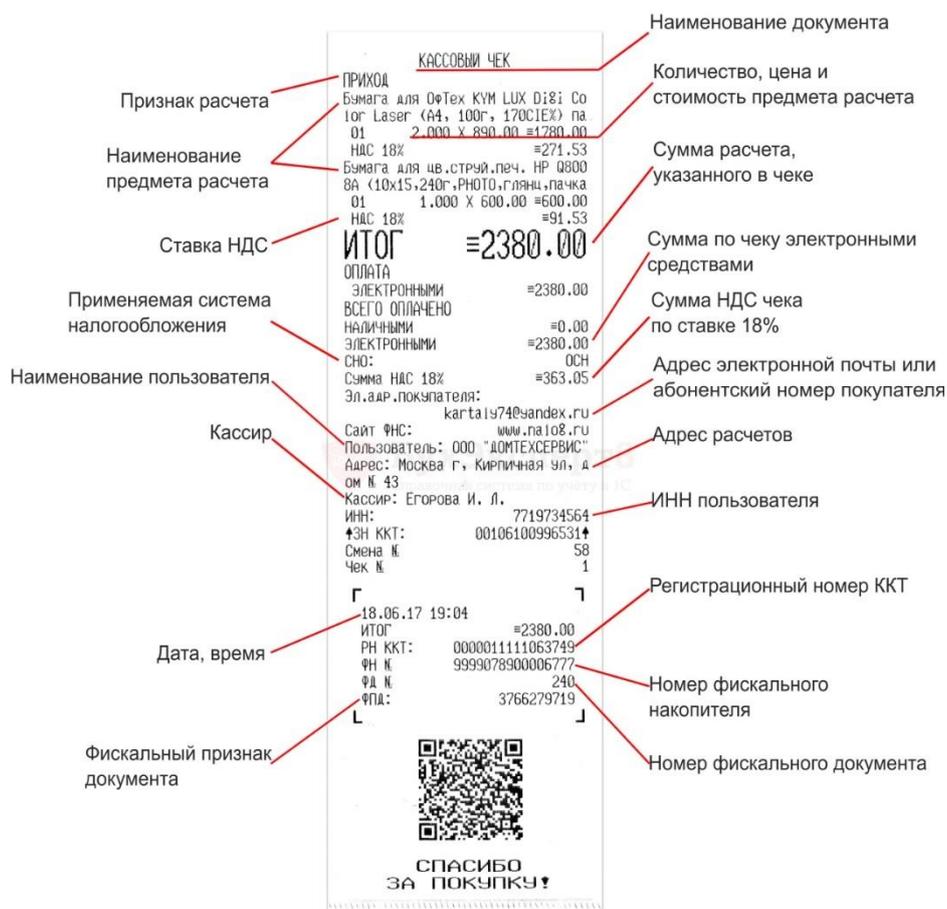
Носителями торговой маркировки служат ценники, товарные и кассовые чеки. В отличие от производственной торговая маркировка наносится не на товар, а на указанные носители или эксплуатационные документы.

Другое отличие торговой маркировки от производственной заключается в том, что ее идентифицирующая функция в большей степени связана с указанием данных о продавце, в меньшей – с информацией о товаре. Это обусловлено особенностями носителей торговой маркировки: небольшие размеры, заполнение для каждого товара или покупки, большие затраты ручного труда

на маркирование, ограниченные технические возможности нанесения информационных данных. Благодаря идентифицирующей функции торговая маркировка служит основанием для предъявления претензий продавцу в случае выявления дефектов товаров и нанесения ущерба потребителю.

Требования, предъявляемые к содержанию торговой маркировки, регламентируются рядом нормативных актов: Правилами продажи отдельных видов продовольственных и непродовольственных товаров (пункт 51 – требования к товарному чеку, выдаваемому при покупке радиотоваров и электробытовых товаров); Типовым положением о применении контрольно-кассовых машин (реквизиты кассового чека). Правила регламентируют также наличие и правильное оформление ценников.

Кассовые чеки и ценники, как носители торговой маркировки, обязательны при реализации всех товаров в организациях розничной и мелкорозничной торговли, общественного питания (рис. 26). Разрешается реализация товаров без применения контрольно-кассовых машин и вручения покупателю кассового чека в случаях, определенных «Перечнем отдельных категорий предприятий, организаций и учреждений, которые в силу специфики своей деятельности либо особенностей местонахождения могут осуществлять денежные расчеты с населением без применения контрольно-кассовых машин» (в ред. Постановлений Правительства РФ от 02.12.2000 № 917, от 08.08.2003 № 476).



Источник: <https://litebox.ru/upload/blog/2020-12-07/14.jpg>

Рис. 26. Кассовый чек

Товарный чек – это документ, подтверждающий факт приобретения данного товара у данного продавца в целях защиты прав потребителей и (или) оправдательный документ, использующийся совместно с кассовым чеком ККМ (или вместо кассового чека ККМ).

Структура маркировки

Маркировка может включать три элемента: текст, рисунок и условные обозначения или информационные знаки (ИЗ). Эти составные элементы различаются соотношением и степенью доступности товарной информации, шириной распространения и разными функциями.

Текст как форма письменной информации – наиболее распространенный элемент производственной и торговой маркировок. Для него характерна высокая степень доступности информации о товаре для всех субъектов рыночных отношений. Текст может выполнять все основные функции маркировки, но в наибольшей степени ему присущи информационная и идентифицирующая. Удельный вес текста на маркировке в зависимости от ее назначения и носителей составляет 50–100%.

Рисунок не всегда присутствует на маркировке. В наибольшей степени он присущ производственной маркировке, в наименьшей – торговой. В качестве элемента маркировки рисунок отличается, как правило, высокой степенью доступности и выполняет в основном эмоциональную и мотивационную функции, реже информационную и идентифицирующую. Хотя бывают и исключения, когда, например, на маркировке упаковки и вкладышей в виде рисунков дана информация по эксплуатации или использованию товара. Удельный вес и степень доступности информации рисунка колеблются в пределах от 0 до 50% всей товарной информации на маркировке.

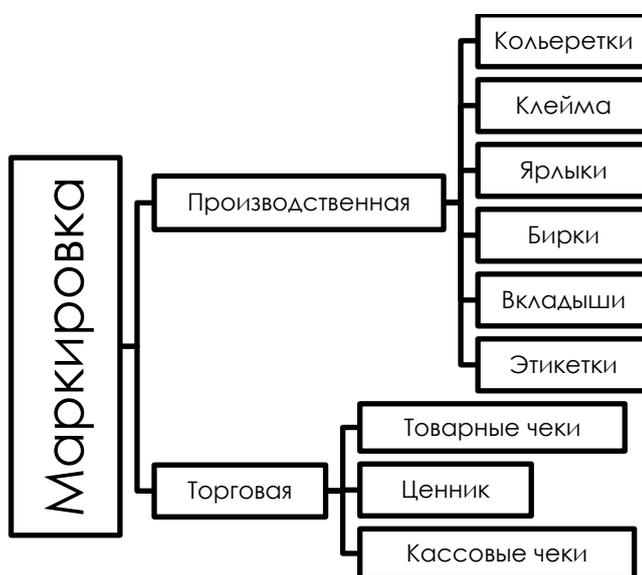
Условные обозначения или информационные знаки (ИЗ) характерны в основном для производственной маркировки. В товарной маркировке они встречаются реже. Особенности ИЗ являются краткость изображения, небольшая площадь размещения на носителе маркировки при высокой информационной емкости, но меньшая доступность информации. Иногда информация ИЗ бывает доступна только профессионалам и требует специальной расшифровки. Поэтому ниже мы более подробно остановимся на информационных знаках. Удельный вес и степень доступности информации информационных знаков колеблются в пределах от 0 до 30% всей товарной информации на маркировке (рис. 27).

Достоверность сведений	Доступность сведений	Достаточность информации
Информация не должна вводить покупателя в заблуждение, относительно страны происхождения товара, изготовителя, количества и качества товара	Информация должна быть на государственном языке или на языке преобладающей части потребителей. Информация должна быть понятной, используемые термины и определения не должны требовать пояснений и определений.	Маркировка не должна быть не полной

Источник: составлено авторами.

Рис. 27. Общие требования к маркировке

Маркировка товара может быть производственной и торговой (рис. 28).



Источник: составлено авторами.

Рис. 28. Маркировка

Маркировка может содержать текстовую и цифровую части, а также штрихкоды, пиктограммы, объемно-пространственные изображения.

3.2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЗНАКИ

Информация о продукте и необходимые для потребителя предупреждения могут быть эффективно переданы в форме специальных знаков, учитывающих так называемые особые группы потребителей: детей, инвалидов и даже неграмотных пользователей.

Можно выделить следующие основные принципы создания и оценки знаков с точки зрения потребителей:

- они должны быть как можно проще графически, понятны пользователю;

- следовать определенной логике для обеспечения их идентификации и размещения на объекте маркирования;
- знаки должны быть легко распознаваемы и понимаемы;
- отличны от других знаков, а в особых случаях и осязаемы;
- одни и те же знаки должны иметь одинаковое значение независимо от вида маркированного предмета и его функций.

В то же время на начальных этапах внедрения знаков в обращение, учитывая необходимость определенного периода для запоминания и усвоения графического образа знака и его значения, может быть признано целесообразным сопровождать знаки вспомогательным текстом, особенно в случаях, затрагивающих безопасность людей, окружающей среды и материальных ценностей.

Использование знаков достаточно эффективно только в случае, когда они адекватно понимаются потребителями и удобны для них. В этом направлении должны работать все стороны, вовлеченные в процессы создания продукции, упаковки, маркировки, а также сами потребители.

Ниже представлена классификация информационных знаков на группы и подгруппы в зависимости от определенных признаков (рис. 29).

Информационные знаки (ИЗ)	Товарные
	Знаки соответствия и качества
	Компонентные
	Эксплуатационные
	Предупредительные
	Экологические
	Манипуляционные
	Размерные
	Наименование места происхождения
	Штриховое кодирование

Источник: составлено авторами.

Рис. 29. Классификация информационных знаков

Товарные знаки

Товарный знак – это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак¹.

Товарный знак подразделяются на: словесный товарный знак, изобразительный товарный знак, объемный товарный знак, звуковой товарный знак, световой товарный знак.

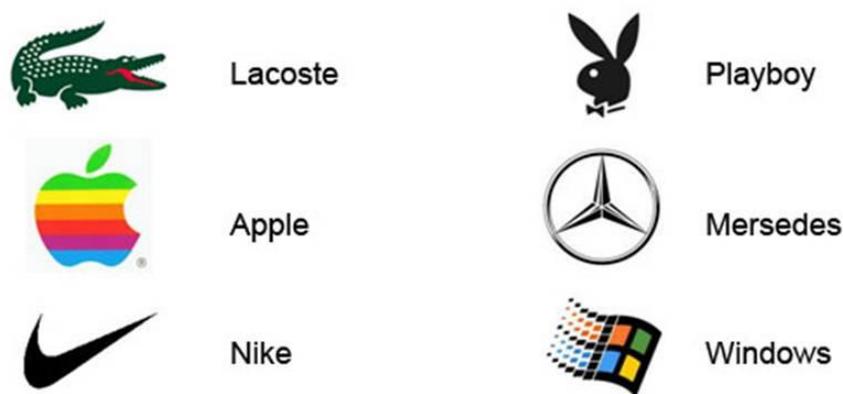
Примеры товарных знаков – на рис. 30, 31.

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018), статья. 1477.



Источник: <https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/none/path/s119efc0dc0cd19f9/image/i6c3c0864abf0a306/version/1652945896/image.jpg>.

Рис. 30. Словесные товарные знаки



Источник: <https://lireate.ru/images/241-3cc073cf3dbc47076b8814cea3876cd0.jpg>.

Рис. 31. Изобразительные товарные знаки

Манипуляционные знаки – это знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товаром.

Государственную регистрацию товарных знаков в РФ осуществляет Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент).

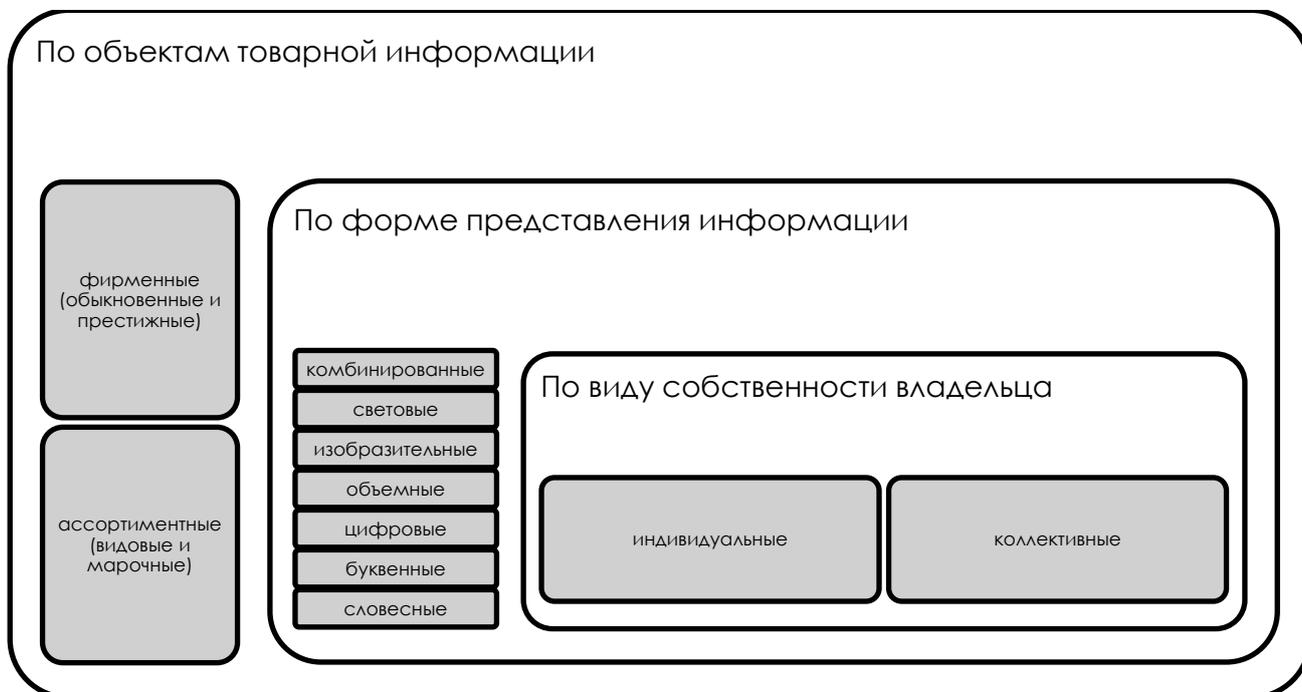
Термин «товарный знак» имеет немало достаточно распространенных синонимов, наиболее заметным среди которых является «торговая марка». Это название – результат аналогии с английским «trade mark». Несмотря на то что на бытовом уровне синоним «торговая марка» используется очень часто, в российском законодательстве он не фигурирует. В нашей правовой системе существуют и охраняются с правовой точки зрения только понятия «товарный знак» и «знак обслуживания».

Еще одним синонимом понятия «товарный знак» является термин «бренд».

Бренд – это маркетинговое понятие, которое не в состоянии в полной мере отразить суть термина «товарный знак». Таким образом, его использование в качестве синонима является не совсем корректным, даже несмотря на то, что знак обслуживания или товарный знак часто становятся основной составляющей понятия «бренд».

Классификация товарных знаков

Классификация товарных знаков осуществляется по различным признакам, положенным в основу: по объектам, информацию о которых они содержат; по форме представления информации; по виду собственности (рис. 32).



Источник: составлено авторами.

Рис. 32. Классификация товарных знаков

Фирменные товарные знаки – знаки, предназначенные для идентификации изготовителя товаров и услуг.

Обыкновенные фирменные знаки разрабатываются их владельцем или по его поручению специалистом-дизайнером и регистрируются в порядке, установленном федеральным законом. При этом в Законе о товарных знаках не предусмотрена обязательная регистрация товарного знака.

Примеры оформления товарных знаков

Престижные фирменные знаки (рис. 33) присваиваются фирмам за их особые заслуги перед государством. В качестве престижных фирменных знаков используются также изображения призов, медалей и других знаков отличия, полученных фирмой на международных, региональных и национальных выставках.



Источник: <https://torex.ru/upload/news/2016/znakk-2.jpg>,
https://www.rusbolt.ru/upload/medialibrary/fd0/marka_1.jpg,
https://www.antech.ru/upload/resize_cache/iblock/c83/960_720_0/Antech_ru_077_100_luchshikh_tovarov_Rossii.jpg.

Рис. 33. Престижные товарные знаки

В некоторых зарубежных странах такие престижные знаки (эмблемы) присуждаются государственными или общественными органами в качестве специально утвержденного приза – премии. Фирма-лауреат получает право в течение определенного времени помещать этот знак на маркировке, а также на своих рекламных и деловых документах и материалах (рис. 34).



Знак Премии Короля Фредерика IX за достижения в экспорте (Дания)



Знак Королевской награды за экспортные достижения (Великобритания)

Источник: https://studfile.net/html/2706/637/html_TMYUfoWJF8.GhkR/img-Q7K0e2.png.

Рис. 34. Престижные товарные знаки в Дании и Великобритании

Основанием для присуждения премий-наград и престижных знаков являются значительные успехи в экспорте товаров и услугах и/или содействии экспорту национальных товаров в течение определенного срока. Развивая экспорт своей продукции, фирма поднимает престиж своей страны, способствует стабильности ее экономики и обеспечению занятости населения, улучшает

торговый баланс. В свою очередь, государственные и общественные органы, отмечая это, морально стимулируют деятельность фирмы.

К престижным знакам можно отнести и медали, используемые как элемент производственной маркировки на этикетках марочных и коллекционных виноградных вин, водки и другой продукции, полученные изготовителем на международных выставках. Престижные знаки присваиваются и не подлежат регистрации в патентных органах.

Ассортиментные товарные знаки – знаки, предназначенные для идентификации ассортиментной принадлежности: видовые – по виду товара, марочные – по торговой марке или наименованию.

Примером видового товарного знака могут служить словесная информация о названии товара или его изображение, а также условные буквенные обозначения определенного вида продукта.

Примером видового ассортиментного знака может быть общепризнанное обозначение видов чая (табл. 13).

Таблица 13

Знаки, характеризующие вид чая

Знак	Расшифровка	Характеристика
B	Broken – брокен	среднелистовой ломаный чай
BOP	Broken Orange Pekoe – брокен оранж пеко	среднелистовой чай высокого качества
BP1	Broken Pekoe grade 1 – брокен пеко	среднелистовой чай с относительно крупными чаинками (видно, что это частички листьев)
BOPF	Broken Orange Pekoe Fannings – брокен оранж пеко фанингс	среднелистовой чай с мелкими чаинками (похож на смесь из мелких частичек листьев и чайной пыли)
BPS	Broken Pekoe Sushong – брокен пеко сушонг	среднелистовой чай низкого качества
D	Dust – даст	«мелкая пыль»
F или FNGS	Fannings – фанингс	«отсев; средняя пыль»
FP	Flowery Pekoe – флаури пеко	крупнолистовой чай, содержащий типсы
FOP	Flowery Orange Pekoe – флаури оранж пеко	крупнолистовой чай высокого качества с большим количеством типсов (чайных почек)
L.L.	Long Leaf – лонг лиф	длиннолистовой чай
OP	Orange Pekoe – оранж пеко	крупнолистовой чай высокого качества
PS	Pekoe Sushong – пеко сушонг	крупнолистовой чай невысокого качества
P	Pekoe – пеко	это европейский вариант прочтения китайского «бай-хоа» («белые реснички»). Байховый – это верхушечный чай из целых листьев
PF	Pekoe Fannings – пеко фанингс	«крупная пыль»
PD	Pekoe Dust – пеко даст,	
GFOP	Golden Flowery Orange Pekoe	Элитные сорта
TGFOP	Tippy Golden Flowery Orange Pekoe	
TGFOP1	Tippy Golden Flowery Orange Pekoe grade 1	
TGFOP2	Tippy Golden Flowery Orange Pekoe grade 2	
FTGFOP	Fancy (or Fine) Tippy Golden Flowery Orange Pekoe	
SFTGFOP	Super-Fine (Fancy) Tippy Golden Flowery Orange Pekoe	

Видовые знаки редко применяются самостоятельно, чаще – в комбинации с марочным знаком (торговая марка).

Торговая марка – имя, знак, присущие конкретному виду товара с определенными потребительскими свойствами, отличающими его от других товаров того же вида (рис. 36).



Источник: <https://static.tildacdn.com/tild3637-6631-4264-b738-343638383334/photo.jpg>, https://fikiwiki.com/uploads/posts/2022-02/1645040170_51-fikiwiki-com-p-kartinki-mts-58.png.

Рис. 35. Примеры торговых марок

Многие марочные товары неизбежно ассоциируются у потребителя с марочными знаками: шоколад Вдохновение, Сказки Пушкина (рис. 36).



Источник: <https://cdn1.ozone.ru/s3/multimedia-f/6706734243.jpg>, <https://sammlung.ru/wp-content/uploads/2018/12/chocolate-13-kvavadze.jpg>.

Рис. 36. Пример торговой марки шоколада

По форме выражения товарные знаки могут быть словесными, изобразительными, объемными, комбинированными, звуковыми, световыми, обонятельными и другими обозначениями. Большинство отечественных товарных знаков – изобразительные. К ним относятся обозначения в виде значков, рисунков, орнаментов, символов, изображений животных, птиц, всевозможных предметов и т.п. Во всем мире фирмы используют в заявляемых знаках изображения достопримечательностей и архитектурных ансамблей своих стран, например в Китае для маркировки фруктов изображение Великой китайской стены, французскими фирмами – изображения Эйфелевой башни. Успех изобразительных товарных знаков в большой степени определяется их простотой, броскостью и эффективностью с точки зрения рекламы.

К словесным обозначениям относятся слова, сочетания букв, имеющие словесный характер, сочетания слов, предложения, другие единицы языка, а также их сочетания. Именно словесные товарные знаки занимают в настоящее время лидирующее положение. Словесные товарные знаки разнообразны. В последнее время все чаще встречаются товарные знаки, представляющие собой искусственно образованные слова. Самыми эффективными отличительными свойствами обладают причудливые фирменные знаки. Это «придуманные» слова или символы, созданные или выбранные с единственной целью – использовать их в качестве фирменного знака. Например, «Эксон» -бензин, «Кодак» – фототовары и т.д. Пермьякам хорошо известны такие словесные знаки, как «Амкар», «Камва», «Урал ФД», «Маугли».

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы объемные обозначения. К объемным относятся трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий, фигур. Далеко не во всех странах охраняются объемные знаки. К объемным знакам отнесены формы самих товаров или их упаковки.

Примеры объемных товарных знаков – оригинальные флаконы для духов известных фирм, бутылки для напитков, рекламные куклы и т.д. (рис. 37).



Эмблема Mercedes-Benz



Оригинальная бутылка напитка

Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=b4066aba29ad9e7f002f779a98e5e6e9ab2ff54e-9103868-images-thumbs&n=13>, <https://elestimulo.com/wp-content/uploads/2015/02/CocaCola.jpg>.

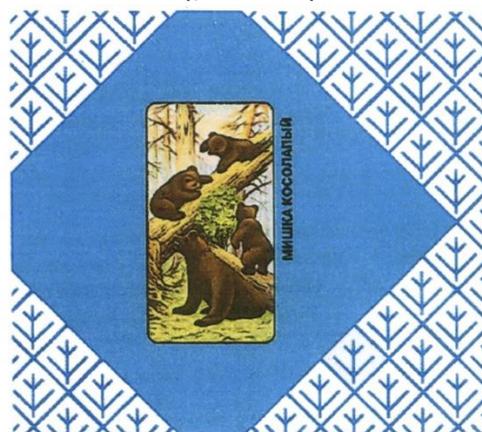
Рис. 37. Примеры объемных товарных знаков

К звуковым обозначениям относятся звуки, такие как фрагменты музыкальных произведений, всевозможных бытовых, промышленных, природных и других шумов и их сочетания. В качестве звуковых товарных знаков регистрируются, как

правило, озвученные слоганы фирм, позывные и заставки радиостанций, радиопрограмм и телепередач.

Примером звукового товарного знака может быть композиция, принадлежащая Twentieth Century Fox Film Corporation, мелодия Кока-Колы, звуковые сигналы радиостанций и др.

Комбинированные товарные знаки сочетают в себе элементы названных выше знаков. Чаще всего такие знаки представляют собой сочетание рисунка и слова, рисунка и букв, слов и цифр и т.п. Нередко указанные сочетания несут в себе смысловую нагрузку, а используемые элементы взаимно дополняют и поясняют друг друга. Например, такой известный в нашей стране товарный знак, как «Пума», или в качестве комбинированного товарного знака этикетка, служащая оберткой для конфет «Мишка косолапый» (рис. 38).



Источник: https://phonoteka.org/uploads/posts/2023-03/1679643905_phonoteka-org-p-puma-logotip-oboi-vkontakte-97.jpg,
https://s.rbk.ru/v1_companies_s3/resized/1200xH/media/trademarks/3fa6f109-93ef-49f4-8b43-72f372756c64.jpg.

Рис. 38. Комбинированные товарные знаки

В зависимости от количества владельцев товарный знак может быть индивидуальным и коллективным.

Как правило, товарные знаки регистрируются на одно лицо – юридическое лицо или индивидуального предпринимателя. Однако некоторые товарные знаки используются группой производителей и призваны индивидуализировать производимый всеми ими товар (т.н. коллективные знаки) или предназначены для указания на особые характеристики товаров, которые изготавливаются разными производителями (т.н. сертификационные знаки).

Коллективный товарный знак – товарный знак, зарегистрированный на объединение лиц и предназначенный для обозначения товаров, производимых или реализуемых входящими в данное объединение лицами и обладающих едиными характеристиками их качества или иными общими характеристиками (рис. 39).



Источник: https://s.rbk.ru/v1_companies_s3/resized/1200xH/media/trademarks/c8b9fbdd-2802-42fa-bc9e-6a4c1fc8820e.jpg

Рис. 40. Товарный знак Ассоциации «Табакпром» для табачных изделий

Предупредительная маркировка представляет собой специальное обозначение, свидетельствующее о том, что товарный знак зарегистрирован.

В качестве знаков предупредительной маркировки в мировой практике получили распространение буквенные сочетания «ТМ» (сокращение от trademark), «SM» (сокращение от service mark), а также слова «Trademark», «Registered Trademark», «зарегистрированный знак», «Marque deposee», «Marca registrada».

Нанесение такого обозначения является правом, а не обязанностью владельца знака, что подкрепляется статьей 5D Парижской конвенции.

«ТМ», согласно законодательству РФ, не имеет правовой защиты, такая маркировка выполняет лишь информативную функцию.

Знаки соответствия или качества

Знаки соответствия – знаки, зарегистрированные в установленном порядке, которым по правилам, установленным в данной системе сертификации, подтверждают соответствие маркированной им продукции установленным требованиям.

Знаки соответствия – это специальные знаки, которыми маркируется товар, товарный ярлык или упаковка товара, этот знак показывает соответствие этого товара установленному стандарту, требованиям сертификационных организаций. Знаки соответствия говорят о том, что данный продукт сертифицирован и соответствует установленным нормам качества, так же на него получен сертификат соответствия.

Основной целью маркировки является, возможность наглядно показать информацию о том, что продукт соответствует установленным требованиям качества. Также знак соответствия подскажет, в какой именно системе был сертифицирован товар. Знак соответствия часто используется в рекламных

целях. Именно сертифицированные товары пользуются у покупателей большим доверием, чем товары, не имеющие знака соответствия. Таким образом, знак соответствия увеличивает спрос на товар.

Эти знаки подразделяются на знаки соответствия, знаки обращения на рынке и знаки качества. Первые два знака регламентируются Федеральным законом «О техническом регулировании», а также международным стандартом – Руководством ИСО/МЭК 2.

Знак соответствия – обозначение, служащее для информирования приобретателей о соответствии товара предъявляемым требованиям (рис. 40).



Источник: https://dikipedia.ru/sites/default/files/doc_files/516/268/4/files/image3.png,
<https://www.grad-st.com/RST.png>.

Рис. 40. Знак соответствия: слева – в форме обязательной сертификации,
справа – в форме декларирования

Знак обращения на рынке – обозначение, служащее для информирования приобретателей о соответствии выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов Российской Федерации (рис. 41). Этим знаком должна маркироваться продукция, прошедшая подтверждение соответствия при обязательной сертификации или декларировании.



Источник: https://tahograf.uceps.ru/userfiles/images/media/review_18/9.jpg.

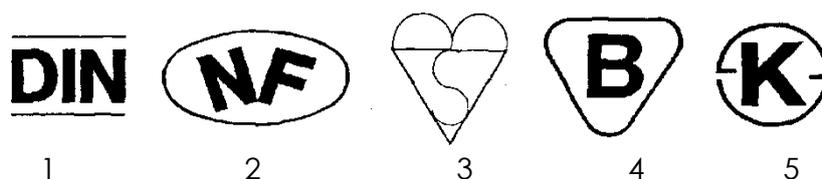
Рис. 41. Знак обращения на рынке

В зависимости от сферы применения различают национальные и транс-национальные знаки соответствия.

Национальный знак соответствия – знак, подтверждающий соответствие требованиям, установленным национальными стандартами или другими нормативными документами. Он разрабатывается, утверждается и регистрируется национальным органом по стандартизации и сертификации.

Знак соответствия разрешается использовать для маркирования только сертифицированной продукции. Заявители (изготовители, продавцы) любой страны могут маркировать свою продукцию национальным знаком соответствия при наличии сертификата, выданного одним из национальных органов по сертификации, или при наличии соглашений о взаимном признании результатов сертификации (сертификатов), а также после получения лицензии на применение знака соответствия. Национальные знаки соответствия могут быть общими для всех видов продукции или групповыми, подтверждающими соответствие определенной группы или групп однородной продукции.

Во многих странах также применяются общие знаки соответствия. Например, в Германии национальным знаком соответствия стандартам является знак DIN; во Франции – NF; в Великобритании – Kitemark; Польше – B; Южной Кореи – K (рис. 42).



Источник: https://topuch.com/metodicheskie-rekomendacii-dlya-studentov-v3/513660_html_ba5c52ab194ba4f9.jpg.

Рис. 42. Знаки соответствия стандартам: 1 – Германия; 2 – Франция; 3 – Великобритания; 4 – Польша; 5 – Южная Корея

В то же время в некоторых странах распространены и групповые знаки соответствия. Например, в Японии национальный знак соответствия для продовольственных товаров, сельскохозяйственной продукции, продукции лесного хозяйства, рыбной продукции – JAS.

Транснациональные (региональные) знаки соответствия – знаки, подтверждающие соответствие требованиям, установленным региональными стандартами. Они применяются в странах определенного региона на основе гармонизированных стандартов и взаимного признания результатов сертификации.

Примерами транснациональных знаков соответствия могут служить знак CEN, учрежденный Европейским комитетом по стандартизации (CEN), и знак CENELEC, учрежденный Европейской электротехнической комиссией (CENELEC), представленные на рисунке. В эти региональные организации по стандартизации входят страны Европейского экономического сообщества и Европейской ассоциации свободной торговли. Указанные транснациональные знаки подтверждают соответствие требованиям соответствующих европейских стандартов (EN) или документов CEN (CENELEC) по гармонизации стандартов (рис. 43).



Источник: <https://www.ok-t.ru/studopediaru/baza1/1526605602862.files/image060.jpg>.

Рис. 43. Транснациональные знаки соответствия: а – знак соответствия «СЕН», б – знак соответствия «СЕНЭЛЕК»

В странах ЕС применяется транснациональный европейский знак соответствия СЕ (см. рис. 44), подтверждающий соответствие продукции предписаниям европейских директив и технических регламентов (АТЕ). Под термином «технический регламент» понимается документ, содержащий детальные технические характеристики материалов, оборудования или технических процессов, которые отвечают требованиям безопасности и эксплуатационной надежности. Эти документы разрабатываются и действуют в случае отсутствия соответствующих стандартов по причине того, что объекты регламентов являются техническим новшеством. Требования регламентов касаются показателей безопасности, прочности, гигиеничности, экологической чистоты, эргономических характеристик.

Знак СЕ не может присваиваться, если подтверждение соответствия производится по требованиям национальных или международных стандартов. Знак не применяется и для продукции, не являющейся объектом европейского законодательства.



Источник: https://abali.ru/wp-content/uploads/2018/09/CE_Conformite_Europeenne_logo.png

Рис. 44. СЕ-маркировка – знак соответствия Директивам Европейского Союза (ЕС) в области безопасности продукции

Наряду со знаками соответствия в некоторых странах применяются и **знаки качества**. В отличие от первых знаки качества могут присваиваться не только органами по сертификации, но и другими организациями, не входящими в национальную систему сертификации.

В Германии пользуются несколькими знаками соответствия и качества. Так, Общество по сертификации «Дин-ГОСТ-Тюф» (Берлин-Бранденбург) ввело знак «Проверено на безопасность» (рис. 45).



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=06a6e9aa1109db5344736c89ddfbca4db7f11706-9842925-images-thumbs&n=13>.

Рис. 45. Знак соответствия германским стандартам качества и безопасности

Кроме того, применяют еще несколько знаков качества: знак «Исследован на пригодность для производства пищевых продуктов», знак СМА, *Markenqualität aus deutschen Lander* (марка качества немецких земель). Такие знаки в виде наклейки на маркировке можно встретить на германских товарах, поступающих на российский рынок.

Единый знак обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза

Положение о едином знаке обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза разработано в соответствии с Соглашением о проведении согласованной политики в области технического регулирования, санитарных и фитосанитарных мер от 25 января 2008 года и с учетом положений Соглашения о единых принципах и правилах технического регулирования в Республике Беларусь, Республике Казахстан и Российской Федерации от 18 ноября 2010 года.

Единый знак обращения свидетельствует о том, что продукция, маркированная им, прошла все установленные в технических регламентах Таможенного союза процедуры оценки (подтверждения) соответствия и соответствует требованиям всех распространяющихся на данную продукцию технических регламентов Таможенного союза.

Единый знак обращения продукции на рынке Сторон имеет следующее изображение (рис. 46).



Источник: <https://emccexport.com/wp-content/uploads/2020/03/EAC-Kennzeichnung.png>.

Рис. 46. Изображение единого знака обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза

Изображение единого знака обращения продукции ЕАС представляет собой сочетание трех стилизованных букв «Е», «А» и «С», графически исполненных с применением прямых углов, имеет одинаковую высоту и ширину, составляет точные пропорции квадрата на светлом или на контрастном фоне. ЕАС расшифровывается как Евразийское соответствие (Eurasian Conformity).

Изготовители (поставщики) продукции имеют право маркирования ее единым знаком обращения, если продукция прошла все установленные соответствующим(и) техническим(и) регламентом(ами) Таможенного союза процедуры оценки (подтверждения) соответствия на территории любой из Сторон, что подтверждено документами, предусмотренными для соответствующих форм оценки соответствия в Таможенном союзе.

Единый знак обращения наносится на каждую единицу продукции, упаковку или сопроводительную документацию.

Компонентные информационные знаки

Компонентные знаки – знаки, предназначенные для информации о применяемых пищевых добавках или иных компонентах, свойственных (или не свойственных) товару.

К числу наиболее часто встречающихся на импортных товарах информационных знаков относятся компонентные знаки, обозначаемые буквой «Е» и трехзначным или четырехзначным цифровым кодом. Компонентные знаки «Е» используются как альтернативные обозначения сложных химических названий пищевых добавок. Например, пищевая добавка Е 464, используемая как загуститель, эмульгатор и стабилизатор, имеет название «гидрооксипропилметилцеллюлоза». Нанесение на маркировку таких сложных наименований требует значительной площади носителя и затрудняет восприятие другой информации, а главное, для многих потребителей они будут непонятны. Поэтому для обозначения названий пищевых добавок Европейский Совет разработал систему цифровой кодификации с литерой «Е». Она была апробирована в странах Европейского сообщества.

Все пищевые добавки разделены на функциональные классы в зависимости от технологических функций (табл. 14).

Таблица 14

Функциональные классы пищевых добавок

Код класса	Класс	Характеристика
Е 100 – Е 182	красители	применяются для окраски некоторых пищевых продуктов
Е 200 и далее	консерванты	применяются для продления сроков хранения пищевых продуктов
Е 300 и далее	антиокислители (антиоксиданты)	замедляют окисление, предохраняя тем самым пищевые продукты от порчи
Е 400 и далее	стабилизаторы	сохраняют заданную консистенцию пищевых продуктов
Е 500 и далее	эмульгаторы	поддерживают определенную структуру продуктов питания
Е 600 и далее	усилители вкуса и аромата	усиливают вкусовые и ароматические свойства пищевых продуктов
Е 700 и далее	запасные индексы	-
Е 800 и далее	антифламинги	понижают пенистость пищевых продуктов
Е 1000 и далее	формируемая группа	глазирующие агенты, подсластители, античерствители и др.

В нашей стране пищевые добавки применяются уже давно. Перечень разрешенных добавок и их предельно допустимые концентрации регламентируются «Медико-биологическими требованиями и санитарными нормами качества продовольственного сырья и пищевых продуктов».

Наряду с Е-компонентными знаками, позволяющими идентифицировать пищевые добавки, существуют компонентные знаки, свидетельствующие о составе непродовольственных товаров. К ним относятся лакокрасочные товары, моющие средства. Например, М-11 обозначает, что это краска масляная (М), для наружных работ (1) на натуральной олифе (1), а М-15 – краска масляная для наружных работ, но на комбинированной олифе (5). Слово «био» или буквы F или P в сочетании с названием моющего средства указывают на то, что в нем содержатся энзимы, улучшающие удаление белковых загрязнений с любой поверхности.

Знаки подразделяются на: знаки соответствия; знаки обращения на рынке; знаки качества.

Манипуляционные знаки

Манипуляционные знаки – знаки, предназначенные для информации о способах (или правилах) обращения с транспортной или потребительской упаковкой товара.

Символика, наименование и назначение манипуляционных знаков, наносимых на транспортную тару, регламентируются ГОСТ 14192-77 «Маркировка грузов».

Наиболее распространенными манипуляционными знаками, используемыми для нанесения на транспортную тару (табл. 15).

Манипуляционные знаки, нанесенные на транспортную тару, как правило, не дублируются надписями с тем же содержанием.

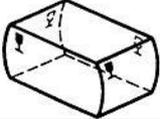
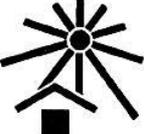
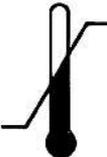
Предупредительные информационные знаки

Предупредительные знаки – знаки, предназначенные для обеспечения безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров путем предупреждения об опасности или указания на действия по предупреждению опасности.

Предупредительные знаки подразделяются на два вида:

- 1) предупреждающие об опасности;
- 2) предупреждающие о действиях по безопасному использованию.

Манипуляционные знаки¹

Номер и наименование знака	Изображение знака	Назначение знака
1. Хрупкое. Осторожно	 Пример расположения 	Хрупкость груза. Осторожное обращение с грузом
2. Беречь от солнечных лучей		Груз следует защищать от солнечных лучей
3. Беречь от влаги		Необходимость защиты груза от воздействия влаги
4. Беречь от излучения		Любой из видов излучения может влиять на свойства груза или изменять их (например, непроявленные пленки)
5. Пределы температуры		Диапазон температур, при которых следует хранить груз или манипулировать им
6. Скоропортящийся груз		Знак наносят на грузы, которые транспортируют в соответствии с правилами перевозки скоропортящихся грузов, установленными транспортными министерствами
7. Герметичная упаковка		При транспортировании, перегрузке и хранении открывать упаковку запрещается
8. Крюками не брать		Запрещение применения крюков при поднятии груза

Согласно международным требованиям по классификации и маркировке опасных веществ и материалов, разработанным органами ООН и Международной организации труда (МОТ), каждому виду предупредительных знаков соответствует определенный символ, состоящий из литеры «R» – для знаков, предупреждающих об опасности, или «S» – для знаков, сообщающих о действиях для избежания опасности, и двухзначного номера-кода, указывающего

¹ ГОСТ 14192-96 Маркировка грузов (с изм. N 1, 2, 3).

на конкретную опасность, например: R 12 – чрезвычайно опасно, R 34 – вызывает ожоги.

Предупредительные знаки дополняются символическим изображением опасности. На рисунках представлены разные виды изображений предупредительных символов.

Предупредительные знаки – знаки, предупреждающие о том, что продукция может нанести вред окружающей среде (табл. 16).

Таблица 16

Предупредительные знаки

Код знака	Цветографическое изображение	Смысловое значение	Место размещения (установки) и рекомендации по применению
W01		Пожароопасно. Легковоспламеняющиеся вещества	Использовать для привлечения внимания к помещениям с легковоспламеняющимися веществами. На входных дверях, дверцах шкафов, емкостях и т.д.
W02		Взрывоопасно	Использовать для привлечения внимания к взрывоопасным веществам, а также к помещениям и участкам. На входных дверях, стенах помещений, дверцах шкафов и т.д.
W03		Опасно. Ядовитые вещества	В местах хранения, выделения, производства и применения ядовитых веществ
W04		Опасно. Едкие и коррозионные вещества	В местах хранения, выделения, производства и применения едких и коррозионных веществ
W05		Опасно. Радиоактивные вещества или ионизирующее излучение	На дверях помещений, дверцах шкафов и в других местах, где находятся и применяются радиоактивные вещества или имеется ионизирующее излучение.
W07		Внимание. Автопогрузчик	В помещениях и участках, где проводят погрузочно-разгрузочные работы
W08		Опасность поражения электрическим током	На опорах линий электропередачи, электрооборудовании и приборах, дверцах силовых щитков, на электротехнических панелях и шкафах, а также на ограждениях токоведущих частей оборудования, механизмов, приборов
W09		Внимание. Опасность (прочие опасности)	Применять для привлечения внимания к прочим видам опасности, не обозначенной настоящим стандартом. Знак необходимо использовать вместе с дополнительным знаком безопасности с поясняющей надписью

Указанные информационные знаки являются частью предупредительной маркировки, которая служит для привлечения внимания пользователей опасных товаров к их свойствам. Целями предупредительной маркировки являются информирование о последствиях их вредного воздействия, указание способов и средств защиты, обеспечивающих безопасное обращение с опасным товаром.

Предупредительная маркировка может содержать также информацию о мерах первой помощи при нежелательном контакте с опасным товаром, который может нанести ущерб здоровью потребителя.

Выпуск и реализация опасных товаров без соответствующей маркировки запрещаются.

К опасным товарам относятся: взрывчатые, огнеопасные, ядовитые, едкие (разъедающие), инфекционные, радиоактивные вещества, окислители, а также вредные вещества, оказывающие канцерогенное, мутагенное, тератогенное, ингибирующее воздействие, влияющее на репродуктивную функцию.

Если говорить о потребительских товарах, то наибольшее количество опасных веществ содержит группа товаров бытовой химии. Для них предупредительная маркировка обязательна.

Другие группы продовольственных и непродовольственных товаров также могут содержать отдельные опасные вещества (например, никотин в табачных изделиях, сивушные масла в алкогольных напитках и т. п.). Но количество их не должно превышать предельно допустимых концентраций, иначе реализация этих товаров будет запрещена. В связи с этим предупредительная маркировка для таких товаров, являющихся по сути безопасными, не применяется. Для табачных изделий предупредительная маркировка сводится к надписи: «Минздрав предупреждает, что курение опасно для здоровья».

Предупредительная маркировка должна включать: наименование опасного вещества, включая торговую марку и общепризнанные синонимы; серийный номер ООН и классификационный шифр веществ по ГОСТ 19433-88; символы опасности; сигнальное слово, выделяемое жирным шрифтом и используемое в зависимости от степени опасности:

«ОПАСНО!» – для привлечения внимания к большей степени риска, характеризующейся высокой вероятностью смерти или тяжелых повреждений;

«ОСТОРОЖНО!» – для привлечения внимания к средней степени и потенциальной угрозе риска нанесения ущерба здоровью людей и окружающей среде.

Символы опасности должны сопровождаться надписями, характеризующими вид опасности. Они выполняются черным цветом на оранжевом или желтом фоне.

Экологические информационные знаки

Экологические знаки – знаки, предназначенные для информации об экологической чистоте потребительских товаров или экологически безопасных способах их эксплуатации, использования или утилизации.

Группа этих знаков подразделяется на три подгруппы:

- 1) знаки, информирующие об экологической чистоте товара или безопасности для окружающей среды;
- 2) знаки, информирующие об экологически чистых способах утилизации товаров или упаковки;
- 3) знаки, информирующие об опасности продукции для окружающей среды.

Экологические знаки довольно часто встречаются на импортных товарах, но в последнее время некоторые транснациональные знаки стали использовать и российские изготовители, так как в России пока еще не разработаны единые экологические знаки.

Первая подгруппа информирует о безопасности продукции или отдельных ее свойств для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды. К ней относятся такие, как «Белый лебедь», принятый в скандинавских странах, «Голубой ангел», принятый в Германии. Экознак японской ассоциации по охране окружающей среды информирует о том, что данное изделие наименее загрязняет и разрушает окружающую среду. Этим знаком могут быть маркированы любые японские товары, в том числе аэрозоли, в которых отсутствуют озоноразрушающие вещества. В ряде стран применяется экознак, информирующий о безопасности холодильного оборудования для озонового слоя.

Экологические знаки предназначены в первую очередь для информирования приобретателей об экологической чистоте товаров (работ, услуг), а также о безопасных для окружающей среды способах их использования и утилизации (табл. 17, рис. 47).

Таблица 17

Экологические знаки

Изображение знака	Смысловое значения
	Экологический знак «Recycling» означает, что изделие или его упаковка изготовлены из переработанного материала или пригодны для переработки.
	Экологический знак "Бокал-вилка" Знак информирует о пригодности пластикового изделия для контакта с пищевыми продуктами, его ставят на пластиковую посуду.
	Экологический знак "Выкидывать в мусорное ведро" . На современной упаковке зачастую наносится знак – призыв не загрязнять природу.



Источник: https://ecopolka.ru/sites/default/files/ekomarkirovki_1_tip.png.

Рис. 47. Экологические знаки в разных странах

Экознаки второй подгруппы предназначены для информации о способах, предотвращающих загрязнение окружающей среды. Это могут быть указания на то, что данные товары или упаковка получены из вторичного сырья.

Показанный на рис. 48 ниже американский знак называется «ресайклинг». Им обозначают товары или упаковку, изготовленные из вторичного сырья (например, из полимеров), а также поддающиеся повторному использованию.

Экознаки этой подгруппы могут содержать призывы не загрязнять окружающую среду, выбрасывая упаковку, сдавать ее на вторичную переработку или складывать в специальные мусоросборники.

Одним из наиболее распространенных экознаков, приобретающих в последнее время характер транснациональных, является немецкий знак «Зеленая точка» («Der grüne Punkt»). Впервые этот знак начали применять в Германии после принятия нового законодательства об утилизации и вторичном использовании упаковки. «Зеленая точка» размещается на упаковке и обозначает следующее:

- на нее распространяется гарантия возврата, приема и вторичной переработки маркированного упаковочного материала;
- производитель или продавец маркированного товара подписали с фирмой DSD, разработавшей этот знак, контракт на использование знака «Зеленая точка» и вносят соответствующую лицензионную плату;
- после использования маркированной знаком упаковка является собственностью одной из организаций, действующих в рамках DSD.

В настоящее время многие страны мира, особенно западноевропейские, заинтересованы во внедрении у себя системы, подобной немецкой. Похожие системы внедряются во Франции и Голландии; продолжается обсуждение директив, касающихся вторичной переработки упаковки в рамках ЕС.

Отдельные российские изготовители тоже начали маркировать свою продукцию знаком «Зеленая точка». Однако при отсутствии отлаженной системы вторичного использования и утилизации наличие этого знака на упаковке не обязывает специализированные организации принимать и перерабатывать упаковочные материалы со знаком «Зеленая точка».

Ко второй подгруппе экознаков относится и знак, помещаемый на изделиях и упаковке из полимерных материалов, которые не причиняют значительного ущерба природе при их утилизации (рис. 48).



Ресайклинг – Знак вторичной переработки



Знак, призывающий не загрязнять окружающую среду



«Der grüne Punkt» – «Зеленая Точка»

Источник: <https://www.evkoval.org/evkovalupload/job/131180/4.jpg>.

Рис. 48. Вторая подгруппа экознаков

Экознаки третьей подгруппы указывают на опасность продукции для окружающей среды. К ним относятся некоторые предупредительные символы (рис. 49,50).



Источник: <https://blogger.googleusercontent.com/img/b/BE13.png>

Рис. 49. Специальные знаки для обозначения веществ, представляющих опасность для морской фауны и флоры, при их перевозке водными путями



Источник: <https://всезнаки.рф/upload/iblock/714/gp0k2dysb615ze7gtvdwuyoi2qneh3x0.jpg>.

Рис. 50. Знак «Опасно для окружающей среды», используемый законодательством ЕС, принятым по классификации, упаковке и маркировке веществ и препаратов

Основные подходы к экомаркировке были разработаны Советом ЕС в 1992 г., что способствовало разработке, производству и использованию изделий, в меньшей степени загрязняющих окружающую среду на протяжении всего жизненного цикла, чем немаркированные товары. Назначением экомаркировки является обеспечение потребителей достоверной информацией об экологичности приобретаемого продукта.

Экомаркировка, рекомендованная Советом ЕС, включает знак, изображенный на рисунке. Он может быть двух цветов – зеленого и голубого либо черного или белого, нанесенного соответственно на белый или черный фон. Эта экомаркировка не распространяется на пищевые продукты, напитки и лекарственные препараты (рис. 51).



Источник: <https://ecology.aonb.ru/assets/images/cwetok-es.gif>.

Рис. 51. Экомаркировка, рекомендованная Советом ЕС

Решение о присвоении экоэтикетки принимают компетентные органы стран – членов ЕС, которые предварительно проводят оценку экологичности изделия-кандидата. Все расходы, связанные с оценкой, и специальный сбор за использование экомаркировки в случае положительного решения оплачивает соискатель этой маркировки.

Эксплуатационные информационные знаки

Для многих непродовольственных товаров большое значение имеет информация о правилах их эксплуатации или способах ухода (обращения) за ними, что обеспечивает сохранение их функционального назначения в течение длительного времени. Для доведения такой информации до потребителя и применяются эксплуатационные знаки.

Эксплуатационные знаки – знаки, предназначенные для информирования потребителя о правилах эксплуатации, способах ухода, монтажа и наладки потребительских товаров.

Такие знаки наносятся на этикетки, ярлыки, бирки, упаковку, контрольные ленты или непосредственно на товар. Наибольшее распространение получили международные символы, принятые для текстильных изделий.

Многие эксплуатационные знаки для текстильных изделий настолько наглядны, что не требуют особых пояснений: таз для стирки с указанием температуры воды, утюг с указанием температуры глаженья. Эти эксплуатационные

знаки знакомы любому из нас, при первом взгляде на них становится ясен смысл указания, выраженный в виде определенных символов.

Разновидность эксплуатационных знаков – знаки управления – можно встретить на самих сложотехнических товарах, а также на эксплуатационных документах. Например, на некоторых электроустройствах разные режимы глаженья обозначают в виде одной, двух и трех точек с соответствующим пояснением в сопроводительных документах.

На бытовых холодильниках и морозильниках количество звездочек служит информационным знаком о диапазонах температур, которые возможно достичь при эксплуатации холодильника.

Во многих электробытовых приборах показаны стрелками или иными условными обозначениями места включения в электросеть, переключения программ, регулирования громкости и другая информация.

В странах европейского сообщества большое внимание уделяется проблемам рационального потребления электроэнергии при эксплуатации бытовой техники. Для этого используются специальные этикетки, содержащие информацию для потенциальных покупателей о количестве потребляемой электроэнергии конкретным изделием.

Эксплуатационные знаки информируют потребителя о правилах эксплуатации, способах ухода, монтажа и наладки потребительского товара. Например, знаки сушки (рис. 52), стирки одежды (рис. 53), глажки (рис. 54), чистки (рис. 55) и отбеливания (рис. 56).



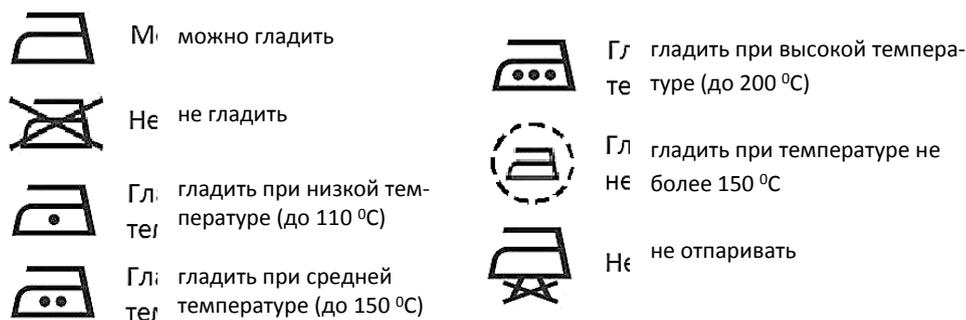
Источник: <https://life.akbars.ru/upload/iblock/872/lrvz2jcpk3mzd171uemz3k8k6r9zih41.png>.

Рис. 52. Знаки сушки



Источник: <https://100uslug.com/wp-content/uploads/2016/09/pamjatka-1.png>.

Рис. 53. Знаки стирки



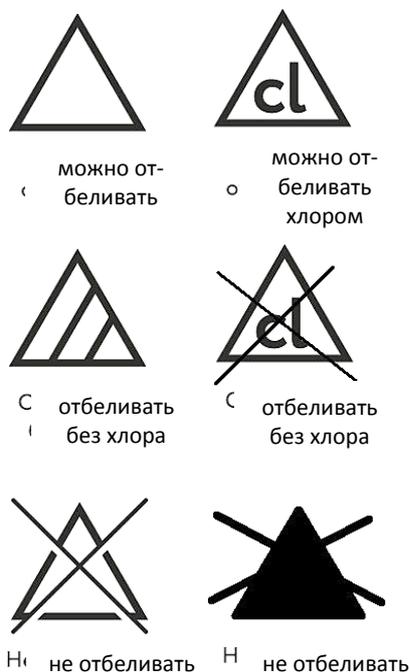
Источник: <https://100uslug.com/wp-content/uploads/2016/09/pamjatka-1.png>.

Рис. 54. Знаки глажки



Источник: <https://100uslug.com/wp-content/uploads/2016/09/pamjatka-1.png>.

Рис. 55. Знаки чистки



Источник: <https://family-journal.ru/wp-content/uploads/2019/05/Otbelivanie-2-e1559735616210.jpg>.

Рис. 56. Знаки отбеливания

Размерные информационные знаки

Размерные знаки – знаки, предназначенные для обозначения определенных физических величин, определяющих количественную характеристику товара.

В нашей стране размерные знаки ранее не применялись. Физические величины имели полное название. Начиная с 1980 г. они стали указываться в соответствии с Международной системой единиц физических величин (СИ). Однако и сейчас могут встретиться импортные товары, на упаковке которых размер обозначен в национальных единицах. Например, в США и Великобритании массу указывают в унциях (1 унция = 28,35 г).

Появление на российском рынке импортных товаров, на маркировку которых были нанесены непривычные для нас размерные знаки, заставило отечественных изготовителей применять некоторые из этих знаков, тем более что они очень кратко характеризуют физическую величину, название которой состоит из одного или нескольких слов. Например, вместо массы нетто – е, вместо объема – V.

Код размерных знаков чрезвычайно прост. К условному обозначению физической величины (е, V и др.) добавляется фактический размер этой величины в принятых единицах измерения. Чаще всего применяются единицы измерения по системе СИ, гораздо реже – в национальных единицах измерения страны-импортера (футах, дюймах и т. п.).

В большинстве случаев расшифровать размерные знаки несложно по численному значению размерной характеристики и применяемым единицам измерения. Например, если на маркировку нанесено обозначение 450 ge, то это означает массу нетто, равную 450 г.

Для импортной одежды применяют три размерных знака: XL – большой размер (соответствует отечественному размеру 52–56), S – средний (46–50), M – малый (42–44).

Для колготок применяют размерные информационные знаки в виде номера или графического изображения, указывающего на значения длины изделия и объема бедер.

3.3. МАРКИРОВКА ТОВАРОВ

Маркировка пищевых продуктов

Требования к маркировке пищевых продуктов устанавливаются ТР ТС 022/2011 Пищевая продукция в части ее маркировки, а также техническими регламентами на соответствующую товарную группу. Требования к потребительской маркировке на пищевые фасованные товары изложены в ГОСТ Р 51074-2003 *Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования.*

Маркировка упакованной пищевой продукции должна содержать следующие сведения:

- ✓ наименование пищевой продукции;
- ✓ состав пищевой продукции;
- ✓ количество пищевой продукции;
- ✓ дату изготовления пищевой продукции;
- ✓ срок годности пищевой продукции;
- ✓ условия хранения пищевой продукции, которые установлены изготовителем или предусмотрены техническими регламентами Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции;
- ✓ наименование и место нахождения изготовителя пищевой продукции или фамилия, имя, отчество и место нахождения индивидуального предпринимателя – изготовителя пищевой продукции;
- ✓ рекомендации и (или) ограничения по использованию, в том числе приготовлению, пищевой продукции, если ее использование без данных рекомендаций или ограничений затруднено либо может причинить вред здоровью потребителей, их имуществу, привести к снижению или утрате вкусовых свойств пищевой продукции;
- ✓ показатели пищевой ценности пищевой продукции;
- ✓ сведения о наличии в пищевой продукции компонентов, полученных с применением генномодифицированных организмов;
- ✓ единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза.

В маркировке упакованной пищевой продукции могут быть указаны дополнительные сведения:

- 1) сведения о документе, в соответствии с которым произведена и может быть идентифицирована пищевая продукция;
- 2) придуманное название пищевой продукции;
- 3) товарный знак;
- 4) сведения об обладателе исключительного права на товарный знак;
- 5) сведения об обладателе исключительного права на товарный знак;
- 6) наименование места происхождения пищевой продукции;
- 7) наименование и место нахождения лицензиара;
- 8) знаки систем добровольной сертификации.

Маркировка пищевых продуктов размещается в основном на упаковке, так как указание большого количества информационных данных на самом товаре затруднительно. Непосредственно на продуктах маркировка осуществляется путем клеймения штампами, печатями (мясо) или вдавливания букв (сыры), но возможности такой маркировки ограничены.

Маркировка транспортной упаковки, в которую помещена пищевая продукция, должна содержать следующие сведения:

- 1) наименование пищевой продукции;
- 2) количество пищевой продукции;
- 3) дату изготовления пищевой продукции;
- 4) срок годности пищевой продукции;
- 5) условия хранения пищевой продукции;
- 6) сведения, позволяющие идентифицировать партию пищевой продукции (например, номер партии);
- 7) наименование и место нахождения изготовителя пищевой продукции или фамилия, имя, отчество и место нахождения индивидуального предпринимателя – изготовителя пищевой продукции;

Маркировка наносится на транспортную и потребительскую тару, причем многие информационные данные, особенно основополагающие, являются дублирующими. Такое дублирование вполне оправдано, так как позволяет идентифицировать товар без вскрытия транспортной тары, а также после освобождения от нее (распаковки).

К дополнительным данным на маркировке транспортной тары относятся: номер укладчика, дата упаковки, номер банки (только для мясных, мясорастительных, рыбных консервов и пресервов из рыбы и морепродуктов), количество единиц (бутылок, банок, штук и т.п.) в таре. Для продуктов в стеклянной таре должен быть указан манипуляционный знак «Осторожно, хрупкое!» На маркировке транспортной тары для сушеных овощей с пониженной влажностью дополнительно указывается массовая доля влаги. На транспортной таре с консервами наносятся манипуляционные знаки: «Не кантовать», «Боится сырости», «Боится нагрева». На таре с продукцией в алюминиевых банках дополнительно наносится знак «Не бросать».

Маркировка на потребительской таре отдельных видов пищевых продуктов содержит ряд условных обозначений, предназначенных в основном для специалистов, и требует специальной расшифровки.

Такие условные обозначения относятся к коммерческой информации, но они могут быть полезны и потребителям при условии информирования их о способах расшифровки.

Дополнительные требования к маркировке упакованной пищевой продукции, не противоречащие требованиям технического регламента Таможенного союза 022/2011, могут быть установлены в технических регламентах Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции. Например, требования к маркировке соковой продукции из фруктов и овощей установлены также в ТР ТС 023/2011. Вопросы маркировки пищевой продукции отражены и в техническом регламенте Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции».

Особенности маркировки консервов

Маркировка консервов, а также перечень информационных данных на ней определяются видом упаковки и местом размещения этих данных на упаковке.

Для консервов применяется металлическая, стеклянная и полимерная тара. Общими для всех видов тары носителями маркировки являются этикетки, которые приклеиваются к банкам или наносятся литографическим способом на корпус или крышку. Перечень определяющей и дополнительной информации на этикетках был приведен ранее. Кроме того, на крышку и (или) донышко наносятся условные обозначения, несущие определенную информацию о консервах, полнота которой на разных видах тары неодинакова.

На крышки нелитографированных металлических банок большинства видов консервов наносят знаки условных обозначений в два или три ряда, в зависимости от площади крышки в следующем порядке: число даты выработки – две цифры (до девятого включительно, впереди ставится 0); месяц выработки – две цифры (до девятого включительно, впереди ставится 0); год выработки – две последние цифры; номер смены – одна цифра; ассортиментный номер – одна – три цифры. Для мясных консервов высшего сорта к ассортиментному номеру добавляют букву «В»; индекс системы, в ведении которой находится предприятие (объединение)-изготовитель, – одна – две цифры; номер предприятия-изготовителя – одна – две цифры.

Условные обозначения индекса системы:

М – молочная промышленность;

А – мясная промышленность;

КП – пищевая промышленность;

К – плодоовощное хозяйство;

ЦС – потребкооперация;

МС – сельскохозяйственное производство;

ЛХ – лесное хозяйство;

Р – рыбная промышленность.

По индексу системы иногда можно определить и группу консервов (мясные, рыбные, плодоовощные, молочные), если индекс промышленности совпадает с видом консервов, однако этот критерий ненадежный, так как предприятия разных систем могут выпускать консервы разных групп (например, индекс КП могут иметь и мясные, и плодоовощные консервы).

Расшифровка условных обозначений: консервы выпущены 15 августа 2013 г. первой сменой. Ассортиментный номер консервов – 183. Предприятие-изготовитель имеет номер 15 мясной промышленности (рис. 57).



Источник: составлено авторами.

Рис. 57. Маркировка консервов на крышке нелитографированных банок

На крышки литографированных банок наносят методом рельефного маркирования или несмываемой краской следующие условные обозначения: дату (число, месяц, год) выработки консервов и номер смены (рис. 58).



Источник: составлено авторами.

Рис. 58. Маркировка консервов на крышке литографированных банок

Расшифровка: консервы выработаны 25 августа 2013 г. первой сменой. Различия в полноте информации условных обозначений на литографированных и нелитографированных банках объясняются идентифицирующим назначением маркировки. В этом отношении консервы выделяются из большинства пищевых продуктов наличием четкой идентификации не только наименования продукта и предприятия-изготовителя, но и каждой товарной партии, определяемой датой выработки и номером смены.

Нанесенные на крышку и донышко банки методом рельефного маркирования или несмываемой краской условные обозначения полностью исключают возможность фальсификации по принадлежности к конкретной товарной партии.

На нелитографированных банках условные обозначения на крышке содержат дублирующую информацию (сведения о наименовании в виде ассортиментного номера, о предприятии-изготовителе), что позволяет полностью идентифицировать консервы даже при утрате бумажной этикетки или ее замене в случае фальсификации.

На литографированных банках этикетка нанесена несмываемой краской, поэтому не может быть утрачена. Это позволяет исключить дублирующую информацию в условных обозначениях на крышке и донышке.

Особенности маркировки мясных консервов

На крышки мясных и мясорастительных консервов маркировочные знаки наносят в два или три ряда в следующем порядке (ГОСТ 13534-89):

I ряд – дата выработки: число выработки – две цифры (до девятого включительно, впереди ставится 0), месяц выработки – две цифры (до девятого включительно, впереди ставится 0), год выработки – две последние цифры;

II ряд – индекс системы, в ведении которой находится предприятие-изготовитель (одна-две буквы): мясной промышленности – А, пищевой промышленности – КП, плодоовощного производства – К, потребительской кооперации – ЦС, сельскохозяйственного производства – МС, лесного хозяйства – ЛХ; номер предприятия-изготовителя (одна-три цифры).

Если позволяет диаметр банки, то II и III ряды печатают одним рядом. Иногда I и II ряды печатают на крышке, а III ряд – на донышке банки.

Пример

Мясные или мясорастительные консервы с ассортиментным номером 182, выработанные предприятием 134 мясной промышленности во вторую смену 4 марта 2013г. (рис. 59).



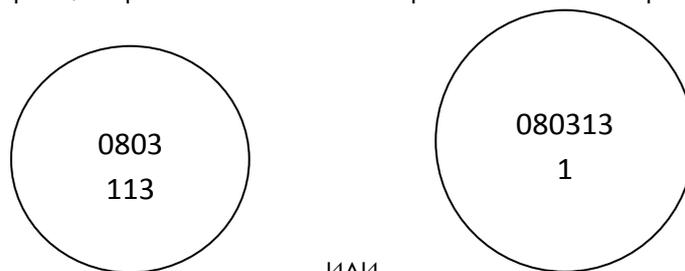
Источник: составлено авторами.

Рис. 59. Маркировка мясных консервов на крышке нелитографированных банок

При маркировании литографированных банок методом рельефного маркирования или несмываемой краской наносят только дату изготовления и номер смены, так как предполагается, что остальная информация надежно защищена от исчезновения технологией литографии.

Пример

Мясные консервы, выработанные 8 марта 2013 г. в первую смену (рис. 60).



Источник: составлено авторами.

Рис. 60. Маркировка мясных консервов на крышке литографированных банок.

Банки с наружным диаметром 54 мм

Здесь следует отметить, что не всегда качество литографических оттисков позволяет получить остальную информацию.

Особенности маркирования рыбных консервов и пресервов

Маркирование рыбных консервов и пресервов, а также продуктов нерыбного промысла подчиняется следующим правилам, установленным ГОСТ 11771-93. Условные обозначения наносятся в три ряда:

I ряд – дата изготовления: число – двумя цифрами (до девятого включительно, впереди ставится 0); месяц – двумя цифрами (до девятого включительно, впереди ставится 0); год – двумя последними цифрами;

II ряд – ассортиментный знак (один-три знака, цифры или буквы, кроме буквы «Р»); номер завода (один-три знака, цифры или буквы);

III ряд – номер смены (одна цифра); индекс рыбной промышленности – буква «Р».

Попробуем расшифровать условные обозначения на банке рыбных консервов (рис. 61).



Источник: <https://spiro.su/wp-content/uploads/2022/09.jpg>.

Рис. 61. Пример для расшифровки маркировки рыбных консервов

Используя вышеуказанный алгоритм, определяем: это консервы с ассортиментным номером 308 (именно «Сайра натуральная»), выработанные предприятием-изготовителем номер 67 (ПО «Дальморепродукт») рыбной промышленности во вторую смену 11 сентября 2013 г.

На крышки **литографированных** банок наносят только реквизиты, отсутствующие на литографии, а дату изготовления указывают в первом ряду. Изготовители с односменным режимом работы не указывают номер смены, а

знаки условных обозначений наносят на крышку банки в два ряда. I ряд: дата изготовления (число, месяц, год); II ряд: индекс рыбной промышленности – буква «Р» (на литографированных банках не наносят); ассортиментный знак – от одного до трех знаков (цифры или буквы, кроме буквы «Р»); номер предприятия-изготовителя – до трех знаков (цифры и буквы).

Маркировка икры проводится в соответствии с требованиями ГОСТ 11771-93.

На банках с икрой осетровых рыб наносят условные обозначения в два ряда.

I ряд – дата изготовления продукции (декада, месяц, год); декада – одна цифра – 1,2,3; месяц – две цифры (до цифры девять включительно, впереди ставится ноль); год – одна последняя цифра.

II ряд – номер, присвоенный мастеру; одна или две цифры.

На банках с икрой лососевой зернистой наносят условные обозначения в три ряда.

I ряд – дата изготовления (число, месяц, год); число – две цифры (до цифры девять включительно, впереди ставится ноль); месяц – две цифры (до цифры девять включительно, впереди ставится ноль); год – две последние цифры,

II ряд – ассортиментный знак – слово «икра».

III ряд – номер завода – до трех знаков; номер смены – одна цифра; индекс рыбной промышленности – буква «Р» (на литографированных банках допускается не наносить).

Особенности маркировки молочных консервов

На дне металлической банки со сгущенными молочными продуктами последовательно в один ряд штампуют 5-8 знаков: М – индекс молочной отрасли промышленности; номер предприятия-изготовителя; ассортиментный номер консервов; номер смены.

На крышке штампуют последовательно в один ряд 6 знаков, обозначающих дату изготовления: число (две цифры), месяц (две цифры – от 0 до 9); год (две последние цифры года).

Таким образом, маркировка металлических банок молочных консервов по перечню информационных данных не отличается от других консервов. Отличия заключаются лишь в размещении этих данных в рядах, а также в отдельном размещении на крышке и доньшке.

На металлической крышке стеклянной банки аналогичные маркировочные знаки наносят в два ряда, причем в нижнем ряду указывается лишь номер смены.

В два ряда размещают условные обозначения на дне или крышке металлической или картонно-металлической банки для сухих молочных продуктов: в

нижнем ряду указывается дата изготовления, в верхнем – все остальные данные. Допускается отдельное от других обозначений нанесение индекса М на дне или крышке банки.

Для продукции, упакованной в тубы, на их нижней узкой полоске должны быть выштампованы: номер смены (одной цифрой); число, месяц и год изготовления (по две цифры); ассортиментный номер.

На упаковку молочных консервов наносят следующую информацию:

- 1) наименование;
- 2) массовая доля жира, в процентах;
- 3) наименование и место нахождения изготовителя (адрес, в том числе страна и (или) место происхождения таких продуктов) и организации в Российской Федерации, уполномоченной изготовителем на принятие претензий, касающихся молока и продуктов его переработки, от потребителей на территории Российской Федерации (при наличии данных претензий);
- 4) товарный знак изготовителя молока и продуктов его переработки (при наличии товарного знака);
- 5) масса нетто или объем таких продуктов;
- 6) состав;
- 7) пищевая ценность (содержание в готовом продукте жира, белков, углеводов, в том числе сахарозы) в процентах или в граммах в расчете на 100 граммов таких продуктов, энергетическая ценность в калориях или килокалориях;
- 8) условия хранения;
- 9) дата производства и дата упаковки молочной продукции;
- 10) срок годности;
- 11) способы и условия употребления молочной продукции (при необходимости);
- 12) документ, в соответствии с которым произведена и может быть идентифицирована такая продукция;
- 13) информация о подтверждении соответствия такой продукции требованиям Федерального закона.

Согласно Техническому регламенту на молоко и молочную продукцию, маркировка продуктов переработки молока, концентрированных (сгущенных) и сухих продуктов переработки молока должна содержать следующую дополнительную информацию:

1) дату изготовления и срок годности таких продуктов наносятся на крышки или на дно банок либо пачек. При указании срока годности с использованием слов «Годен до» или «Использовать до» рядом с ними указывается место нанесения такой информации с использованием слов «Смотри на крышке или дне банки в первом или во втором ряду» или «Смотри на крышке или на дне пачки». При указании срока годности с использованием слов «Годен в течение» или «Реализовать в течение» рядом с ними наносятся срок годности в месяцах и надпись с использованием слов «Дата производства указана на крышке или

дне банки в первом или во втором ряду» или «Дата производства указана на крышке или дне пачки»;

2) вид сахаров (сахароза, фруктоза, глюкоза, лактоза) для продуктов переработки молока концентрированных (сгущенных) с сахаром.

Особенности маркировки плодоовощных консервов

Маркировка плодоовощных консервов отличается размещением условных обозначений в три ряда:

I ряд: ассортиментный номер (три цифры) и номер смены (бригады);

II ряд: дата изготовления (число, месяц, год – по две цифры);

III ряд: индекс отрасли (К или ЦС), номер предприятия (одна–три цифры).

На крышки стеклянной и полимерной тары, литографированных металлических банок и тубы наносят следующие условные обозначения: номер смены (бригады) (одна–две цифры); число, месяц и год изготовления (по две цифры). Допускается наносить номер предприятия-изготовителя (одна–две цифры). Эти информационные данные могут быть нанесены в один, два и три ряда.

Анализ информационных данных на маркировке консервов показывает, что различия в маркировке несущественны и зачастую мало оправданы.

Маркировка сыров

Маркировка сыров осуществляется в соответствии с требованиями технического регламента на молоко и молочную продукцию.

Кроме общих требований к маркировке, относящихся ко всем молочным продуктам, маркировка сыров должна содержать следующие сведения:

1) ассортиментные знаки или наименование сорта сыра («Российский», «Угличский», «Сулугуни» и подобные наименования);

2) массовая доля жира (в пересчете на сухое вещество) в процентах;

3) вид основной заквасочной микрофлоры и природа происхождения молоко-свертывающих ферментных препаратов;

4) срок годности мягких, рассольных и плавленых сыров;

5) срок годности и срок хранения (в пределах срока годности) сверхтвердых, полутвердых, твердых и сухих сыров.

Информацию на оболочку для сыра или покрытие для сыра допускается наносить с использованием несмываемой безвредной краски или самоклеящихся и в установленном порядке разрешенных для контакта с молочными продуктами этикеток либо проставлять другим доступным способом.

Маркировка зерномучных изделий

При маркировке зерномучных товаров (крупы, мука, макаронные изделия, хлеб и хлебобулочные изделия, бараночные и сухарные изделия) наносится информация согласно ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования».

Маркировки круп, макарон, муки и остальных продуктов этой группы в основном наносятся следующие виды материалов: бумажная этикетка, бумажная пачка, упаковка полипропиленовая, картонная коробка (фасованные крупы).

Маркировка макаронных изделий содержит сведения о группе и сорте изделий:

- макаронные изделия группы А изготовлены из муки твердой пшеницы (дурум);
- макаронные изделия группы Б изготовлены из муки мягкой стекловидной пшеницы;
- макаронные изделия группы В изготовлены из пшеничной хлебопекарной муки;
- макаронные изделия высшего сорта изготовлены из муки высшего сорта;
- макаронные изделия первого сорта изготовлены из муки первого сорта;
- макаронные изделия второго сорта изготовлены из муки второго сорта.

Маркировка мясных товаров

Маркируют мясо на мясоперерабатывающих предприятиях при проведении ветеринарной и товароведной экспертизы. На каждую тушу, полутушу или четвертину всех видов убойных животных краской фиолетового цвета наносят клеймо овальной формы. Клеймо имеет размер 40 x 60 мм, в центре – три пары двузначных чисел: первая обозначает порядковый номер республики, края, области в составе Российской Федерации; вторая – номер района или города; третья – номер предприятия. В верхней части клейма – надпись «Российская Федерация», в нижней – «Госветнадзор» (рис. 62).



Источник: https://lsgr.ru/filelibrary/administrator_/rus_/catalog/7/21/109/202/originalStamp_2.jpg.

Рис. 62. Ветеринарное клеймо

Ветеринарное клеймо прямоугольной формы размером 40 x 60 мм: вверху – надпись «Ветслужба», в центре – «Предварительный осмотр», внизу – три пары двузначных цифр, как и в клейме овальной формы. Это прямоугольное клеймо подтверждает, что мясо получено от животных, прошедших ветеринарный осмотр в хозяйствах, благополучных по карантинным заболеваниям, но это клеймо не дает права на реализацию мяса без проведения ветсанэкспертизы в полном объеме (рис. 63).



Источник: https://tempstamp.ru/catalog/predvaritelniy_osmotr.jpg.

Рис. 63. Ветеринарное клеймо прямоугольной формы

На мясо и субпродукты, подлежащие обезвреживанию и направляемые для переработки в колбасные или другие изделия, ставят только ветеринарный штамп, указывающий порядок использования мяса согласно действующим ветеринарно-санитарным или гигиеническим нормам и правилам. Вверху штампа помещена надпись «Ветслужба», а в центре – вид обезвреживания: «Проварка», «На мясные хлеба», «На консервы», «Финноз», «Ящур», «Туберкулез», «Утиль» и внизу три пары цифр, аналогичных в клейме овальной формы.

В центре дополнительных штампов прямоугольной формы может быть обозначение вида мяса разных видов животных: «Конина», «Оленина», «Медвежatina» и др.

На всех видах мяса отиск ветеринарного клейма или штампа ставят по одному в области лопатки и бедра туши или полутуши. На каждую четвертину – по одному клейму; на тушки кроликов и нутрий ставят два клейма – по одному в области лопатки и на наружной стороне голени; на каждом отдельном субпродукте – по одному клейму.

Мясо, ветеринарно-санитарные характеристики которого изменились в результате нарушения условий хранения или транспортирования, подлежит повторной ветэкспертизе и переклеймению.

Предприятиям торговли и общественного питания, независимо от их ведомственной подчиненности и форм собственности, разрешаются прием, переработка и реализация мяса в тушах, полутушах, четвертинах, имеющего ветеринарное клеймом овальной формы и ветеринарное свидетельство (сертификат).

Маркировка мясных полуфабрикатов

Полуфабрикаты из мяса подразделяют на мясные и мясосодержащие в зависимости от содержания мясных ингредиентов (ГОСТ Р 52675-2006):

- мясные полуфабрикаты содержат более 60% мясных ингредиентов;
- мясосодержащие полуфабрикаты содержат менее 60% мясных ингредиентов.

В зависимости от содержания массовой доли мышечной ткани в рецептуре различают категории полуфабрикатов, что также должно быть отражено в маркировке (табл. 18).

Таблица 18

Характеристика категорий мясных полуфабрикатов

Категории полуфабрикатов	Характеристика категории
Мясной полуфабрикат категории А	мясной рубленый или кусковой полуфабрикат [полуфабрикат в тесте] с массовой долей мышечной ткани в рецептуре [в рецептуре начинки] 80,0% и более
Мясной полуфабрикат категории Б	мясной рубленый или кусковой полуфабрикат [полуфабрикат в тесте] с массовой долей мышечной ткани в рецептуре [в рецептуре начинки] от 60,0% до 80,0%
Мясной [мясосодержащий] полуфабрикат категории В	мясной [мясосодержащий] рубленый или кусковой полуфабрикат [полуфабрикат в тесте] с массовой долей мышечной ткани в рецептуре [в рецептуре начинки] от 40,0% до 60,0%
Мясной [мясосодержащий] полуфабрикат категории Г	мясной [мясосодержащий] рубленый или кусковой полуфабрикат [полуфабрикат в тесте] с массовой долей мышечной ткани в рецептуре [в рецептуре начинки] от 20,0% до 40,0%
Мясной [мясосодержащий] полуфабрикат категории Д	мясной [мясосодержащий] рубленый или кусковой полуфабрикат [полуфабрикат в тесте] с массовой долей мышечной ткани в рецептуре [в рецептуре начинки] менее 20,0%

Маркировка алкогольной продукции

Маркировка алкогольной продукции проводится согласно ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» от 22 ноября 1995 года.

Алкогольная продукция, за исключением пива и пивных напитков, подлежит обязательной маркировке в следующем порядке:

- алкогольная продукция, производимая на территории Российской Федерации, за исключением алкогольной продукции, поставляемой на экспорт, маркируется федеральными специальными марками. Указанные марки приобретаются организациями, осуществляющими производство такой алкогольной продукции, в государственных органах, уполномоченных Правительством Российской Федерации;

- алкогольная продукция, ввозимая (импортируемая) в Российскую Федерацию, маркируется акцизными марками. Указанные марки приобретаются

в таможенных органах организациями, осуществляющими импорт алкогольной продукции.

Маркировка алкогольной продукции иными не предусмотренными настоящим федеральным законом марками не допускается.

Для приобретения федеральных специальных марок или акцизных марок организация должна представить в государственный орган, уполномоченный Правительством Российской Федерации или в таможенный орган, определенный законом перечень документов.

Требовать от организации при выдаче марок иные документы не допускается.

Федеральная специальная марка и акцизная марка являются документами государственной отчетности, удостоверяющими законность (легальность) производства и (или) оборота на территории Российской Федерации алкогольной продукции, осуществление контроля за уплатой налогов, а также являются носителями информации единой государственной автоматизированной информационной системы и подтверждением фиксации информации о реализуемой на территории Российской Федерации алкогольной продукции в единой государственной автоматизированной информационной системе.

Федеральная специальная марка и акцизная марка должны содержать следующие сведения о маркируемой ими алкогольной продукции:

- 1) наименование алкогольной продукции;
 - 2) вид алкогольной продукции;
 - 3) содержание этилового спирта;
 - 4) объем алкогольной продукции в потребительской таре;
 - 5) наименование производителя алкогольной продукции;
 - 6) местонахождение производителя алкогольной продукции;
 - 7) страна происхождения алкогольной продукции;
 - 8) подтверждение соответствия установленным требованиям качества и безопасности;
 - 9) подтверждение правомерности использования на алкогольной продукции охраняемого в Российской Федерации товарного знака;
 - 10) иные определяемые правительством Российской Федерации сведения.
- Сведения указываются на русском языке.

Степени защиты акцизной и федеральной марок

Марки печатаются на самоклеящейся бумаге, которая не имеет люминесценции под воздействием ультрафиолетового излучения. Бумага содержит защитные волокна двух видов.

Оборотная сторона имеет бесцветные люминесцирующие элементы и элементы коричневого цвета. Введена защитная нить. Под воздействием ультрафиолета текст «алкогольная продукция» люминесцирует зеленым цветом. Элемент в виде овала, в который вписано «РФ», в зависимости от угла зрения меняет цвет от фиолетового к темно-бронзовому.

Проверка подлинности федеральных специальных марок и акцизных марок осуществляется организациями – покупателями, имеющими соответствующую лицензию, визуально, а также с использованием доступа к информационным ресурсам уполномоченного правительством Российской Федерации федерального органа исполнительной власти.

Проверка подлинности федеральных специальных марок и акцизных марок осуществляется уполномоченными органами визуально, с использованием соответствующих приборов, а также с использованием доступа к информационным ресурсам уполномоченного правительством Российской Федерации федерального органа исполнительной власти.

Требования к образцам федеральных специальных марок и акцизных марок устанавливаются правительством Российской Федерации.

Изготовление федеральных специальных марок и акцизных марок, установление их цены, нанесение на них сведений, маркировка ими алкогольной продукции осуществляются в порядке, установленном правительством Российской Федерации.

Технология изготовления и нанесения федеральных специальных марок и акцизных марок должна исключать возможность их подделки и повторного использования, обеспечивать возможность нанесения на них и считывания сведений о маркируемой ими алкогольной продукции с использованием технических средств единой государственной автоматизированной информационной системы.

Алкогольная продукция, упаковка которой не позволяет осуществлять маркировку федеральными специальными марками и акцизными марками, освобождается от их нанесения в порядке, установленном правительством Российской Федерации, при условии полной уплаты акциза.

С начала октября 2014 года поставщики алкогольной продукции обязаны сообщать в Росалкогольрегулирование о том, какая продукция и куда именно отправляется. Эта информация появится в открытом доступе в Федеральном реестре алкогольной продукции, и потребители имеют возможность проверить легальность приобретаемой ими продукции.

Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка разработала специализированный информационный ресурс «Проверка марок». С его помощью проверка подлинности федеральных специальных и акцизных марок алкогольной продукции возможна посредством сети Интернет.

Государственная информационная система – Федеральный реестр алкогольной продукции (ФРАП) содержит:

- ✓ названия и адреса компаний поставщика и производителя алкоголя;
- ✓ дату первой поставки продукции, ее наименование, описание и состав;
- ✓ коды товара, срок годности, описание технологического процесса производства, условия реализации и др.;
- ✓ описание маркировки и иные сведения о товаре.

Росалкогольрегулирование постоянно проводит рейды по выявлению контрафактного алкоголя, о чем отчитывается на своем сайте. В разделе «Информация о случаях выявления алкогольной продукции с поддельными ФСМ»

можно найти информацию о торговых организациях, которые были уличены в продаже поддельных спиртных напитков. Покупателям рекомендуется проверять наличие в этом списке магазинов, услугами которых они пользуются.

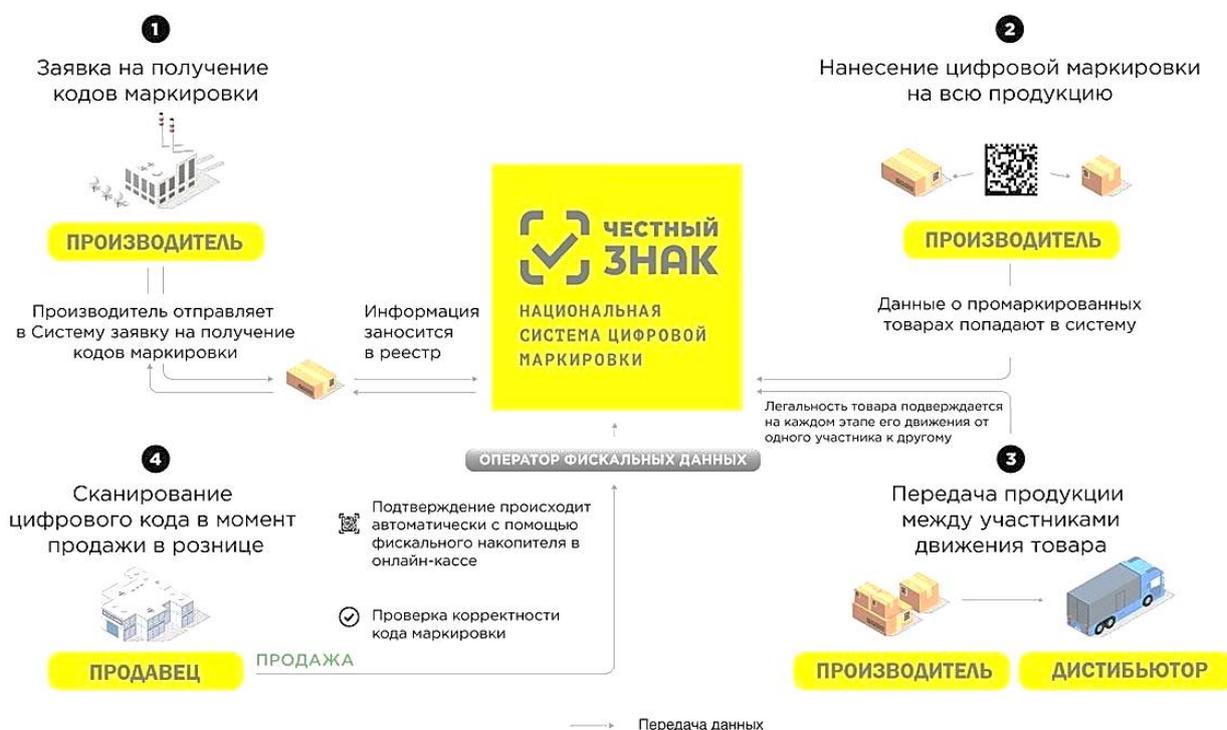
Информационный сервис «Проверка марок»

Сервис «Проверка марок» позволяет проверить легальность покупки. Для этого достаточно ввести данные, нанесенные на федеральную специальную марку в соответствующие графы. Для проверки необходимо зарегистрироваться на сайте ведомства. Сегодня сервис доступен производителям и дистрибьюторам спиртных напитков. Однако в скором времени его обещают открыть и для потребителей.

На данный момент рядовой потребитель в случае сомнения в подлинности алкогольной продукции имеет возможность сообщить об этом в Росалкогольрегулирование, написав заявление, для которого на официальном сайте ведомства предусмотрена специальная электронная форма.

Адрес официального сайта Росалкогольрегулирования в сети Интернет: <http://www.fsrar.ru/>; почтовый адрес: г. Москва, Миусская пл., д. 3, стр. 4, тел. (495) 662-50-52.

Честный ЗНАК – это национальная система маркировки и прослеживания товаров из разных категорий. Маркируется молочная продукция, упакованная вода, одежда (в том числе из меха и кожи), обувь, парфюмерная продукция, табачные изделия, лекарства, фотоаппараты, автопокрышки и шины (рис. 64).



Источник: https://scanport.ru/assets/uploads/Blog/00_2021/11.10/1.jpg.

Рис. 64. Схема работы национальной системы маркировки и прослеживаемости

Маркировка непродовольственных товаров

В отношении импортных товаров действует постановление Правительства РФ от 15 августа 1997 г. № 1037 «О мерах по обеспечению наличия на ввозимых на территорию Российской Федерации непродовольственных товарах информации на русском языке». Этим документом установлены меры по обеспечению наличия информации на русском языке об импортных непродовольственных товарах, продаваемых на территории России.

Согласно данному Постановлению с 1 июля 1998 г. была официально запрещена продажа на территории Российской Федерации импортных непродовольственных товаров без информации о них на русском языке. В Постановлении указывается, что наличие информации о таких товарах на русском языке обеспечивается организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими их импорт в Российскую Федерацию.

Информация о непродовольственных товарах с учетом их вида и особенностей должна содержать следующие сведения на русском языке (согласно требованиям закона «О защите прав потребителей»):

- наименование товара;
- наименование страны, фирмы-изготовителя (наименование фирмы может быть обозначено буквами латинского алфавита);
- назначение (область использования), основные свойства и характеристики;
- правила и условия эффективного и безопасного использования;
- иные сведения о товарах в соответствии с законодательством Российской Федерации, требованиями государственных стандартов к отдельным видам непродовольственных товаров и правилами их продажи.

Информация должна быть размещена на упаковке или этикетке товара, изложена в технической (эксплуатационной) документации, прилагаемой к товару, листках-вкладышах к каждой единице товара или иным способом, принятым для отдельных видов товаров.

Рассмотрим специфику требований к маркировке некоторых групп непродовольственных товаров.

Маркировка ювелирных товаров

Ювелирные и другие бытовые изделия из драгоценных металлов, а также ввезенные на территорию Российской Федерации для продажи должны быть опробированы и клеймены государственным пробирным клеймом (постановление Правительства РФ от 18 июня 1999 г. №643 «О порядке опробирования и клеймения изделий из драгоценных металлов»).

Качественной характеристикой драгоценного сплава является его состав или проба. Проба – это масса основного драгоценного металла в тысячных долях, содержащегося в 1000 долях сплава.

Золотниковая проба. Применялась в России до 1927 г. и определялась числом золотников драгоценного металла в фунте сплава (золотник составлял

4,266 г золота, фунт равен 96 золотникам, или 409,5 г). Отсюда фунт чистого металла соответствовал 96-й пробе, 72-я проба золота означала, что в одном фунте сплава содержится 72 золотника чистого золота и 24 золотника лигатуры. В настоящее время золотниковые пробы еще встречаются на антикварных изделиях.

Во многих странах (США, Англия, Италия) принята каратная проба. В каратной системе содержание драгоценного металла измеряется количеством карат. Карат – это условная мера определения содержания драгоценного металла в сплаве или ювелирном изделии. В этой системе вся масса золотого слитка или изделия из золота принимается равной 24 частям, тогда чистое золото соответствует 24 каратам. Например, 180-каратная проба означает, что в сплаве содержится 18 частей золота и 6 частей лигатуры.

В настоящее время в большинстве стран и в Российской Федерации применяется метрическая система проб. Метрическая система проб показывает, какое количество массовых частей драгоценного металла содержится в 1000 массовых долей сплава.

ГОСТ Р 53197-2008 (ИСО 9202:1991) для ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов установлены следующие пробы:

– платиновые: 990 (девятьсот девяностая), 950 (девятьсот пятидесятая), 900 (девятистотая), 850 (восемьсот пятидесятая);

– золотые: 999,9; 999 (девятьсот девяносто девятая), 958 (девятьсот пятьдесят восьмая), 750 (семьсот пятидесятая), 585 (пятьсот восемьдесят пятая), 500 (пятисотая), 375 (триста семьдесят пятая);

– серебряные 999 (девятьсот девяносто девятая), 960 (девятьсот шестидесятая), 925 (девятьсот двадцать пятая), 875 (восемьсот семьдесят пятая), 830 (восемьсот тридцатая), 800 (восемьсот);

– палладиевые: 990 (девятьсот девяностая), 950 (девятьсот пятидесятая), 900 (девятистотая), 850 (восемьсот пятидесятая), 500 (пятисотая).

Допускается изготовление изделий из золота 583-й пробы по заказам граждан из принадлежащих им ювелирных и других бытовых изделий из золота этой пробы.

Соотношение между разными системами проб ювелирных сплавов приведено в табл. 19.

Согласно ОСТ 117-3-002-95 Изделия ювелирные из драгоценных металлов каждое изделие, изготовленное на территории Российской Федерации должно иметь оттиск знака – именика предприятия-изготовителя, зарегистрированного в государственной инспекции пробирного надзора Российской государственной пробирной палаты и быть клеймено в соответствии с Правилами клеймения изделий из драгоценных металлов, утвержденных Министерством финансов Российской Федерации. На реставрационные изделия предприятием, производящим реставрацию, должен быть нанесен знак «Р» (реставрация).

Соотношение систем проб ювелирных сплавов

Система проб		
Метрическая	Каратная	Золотниковая
1000	24	96
958	23	92
916	22	88
875	21	84
750	18	72
585	14	56
500	12	48
375	9	36
333	8	-

Государственное пробирное клеймо включает в себя следующую информацию:

1. *Форма клейма.* Каждый вид драгоценного сплава имеет свою форму клейма: в виде лопаточки для золота; бочонка – для серебра, многогранника – для платины, усеченного конуса с круглым основанием – для палладия.

2. *Значение чистого благородного металла.* Содержание чистого благородного металла определяется пробой.

3. *Знак удостоверения.* С 1 июня 1958 г. был введен знак удостоверения, представляющий собой изображение серпа и молота на фоне пятиконечной звезды. Этот знак имеет хождение и в настоящее время. С 1994 г. в России установлен новый знак удостоверения, представляющий собой женскую голову в кокошнике, повернутую направо.

4. *Шифр инспекции пробирного надзора* (с 1958 г.) наносится в виде букв русского алфавита или точек и черточек, расположенных в определенном месте для каждой конкретной инспекции пробирного надзора.

5. *Клеймо изготовителя (именник)* в России применяют с 1937 г. Именник – это оттиск клейма изготовителя, который ставится на всех изделиях и который содержит индивидуальные знаки (шифр) изготовителя и знаки, удостоверяющие год изготовления изделия. Знаки именника должны быть заключены в единый контур.

ОСТ 117-3-002-95 *Изделия ювелирные из драгоценных металлов* регламентирует и маркировку ярлыков ювелирных изделий из сплавов драгоценных металлов.

Каждое изделие должно иметь ярлык с реквизитами (табл. 20).

На ярлыке к гарнитуре или набору должны быть указаны реквизиты:

- наименование и товарный знак (торговая марка) предприятия-изготовителя; юридический адрес предприятия-изготовителя;
- наименование гарнитура или набора;
- артикул гарнитура или набора;
- наименование и количество каждого изделия, входящего в гарнитур или набор; артикул и цена каждого изделия, входящего в гарнитур или набор; наименование и проба драгоценного металла;

- масса гарнитура или набора в граммах; цена гарнитура или набора; обозначение настоящего стандарта;
- месяц и год изготовления (при необходимости);
- штамп ОТК.

На ярлыке к сервизу должны быть указаны реквизиты:

- наименование и товарный знак (торговая марка) предприятия-изготовителя;
- юридический адрес предприятия-изготовителя;
- наименование сервиза;
- артикул сервиза;
- наименование, артикул и количество каждого изделия, входящего в сервиз;
- наименование и проба драгоценного металла;
- масса сервиза в граммах;
- цена сервиза;
- обозначение настоящего стандарта;
- месяц и год изготовления (при необходимости);
- штамп ОТК.

Таблица 20

Маркировка ярлыков индивидуальных ювелирных изделий

Наименование реквизитов	Изделия из сплавов платины, золота			Изделия из сплавов серебра	
	без вставок	со вставками из драгоценных камней	с прочими вставками	личные украшения	предметы сервировки стола и украшения интерьера
1. Наименование и товарный знак предприятия-изготовителя	+	+	+	+	+
1а. Юридический адрес предприятия-изготовителя	+	+	+	+	+
2. Наименование изделия	+	+	+	+	+
3. Артикул	+	+	+	+	+
4. Наименование и проба драгоценного металла	+	+	+	+	+
5. Масса изделия в граммах	+	+	+	+	+
6. Цена за грамм	+	-	+	0	+
7. Цена изделия	+	+	+	+	+
8. Размер кольца, браслета, цепочки, длина присоединительного звена браслета	+	+	+	+	-
9. Наименование материала вставки	-	+	+	+	0
10. Номер изделия	-	0	-	-	-
11. Месяц, год изготовления	0	0	0	0	0
12. Номер акта калькуляции	-	0	-	-	-
13. Обозначение настоящего стандарта	+	+	+	+	+
14. Характеристика и НД на вставки	-	+*	-	-	-
15. Штамп ОТК	+	+	+	+	+

Условные обозначения:

(+) – реквизит наносится;

(-) – реквизит не наносится;

(0) – реквизит наносится при необходимости;

(*) – на ярлыке указывается номер НД только для бриллиантов, изготавливаемых по ТУ 117-4.-2099-2002

Маркировка парфюмерно-косметических товаров

Маркировка парфюмерно-косметических товаров должна осуществляться в соответствии с требованиями ТР ТС «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» и ГОСТ Р 51391-99 *Изделия парфюмерно-косметические. Информация для потребителя* и распространяться на изделия отечественного и зарубежного производства. Кроме того, остаются действующими требования к маркировке, изложенные в ГОСТ 27429-87 и ГОСТ 28303-89.

Маркировка парфюмерно-косметической продукции должна содержать следующую информацию:

- наименование, название (при наличии) парфюмерно-косметической продукции;
- назначение парфюмерно-косметической продукции, если это не следует из наименования продукции;
- косметика, предназначенная для детей, должна иметь соответствующую информацию в маркировке;
- наименование изготовителя и его местонахождение (юридический адрес, включая страну);
- страна происхождения парфюмерно-косметической продукции (если страна, где расположено производство продукции, «не совпадает» с наименованием и местом нахождения организации (юридический адрес), уполномоченной изготовителем на принятие претензий от потребителя (уполномоченный представитель изготовителя или импортер), если изготовитель не принимает претензии сам на территории государства-члена ТС; юридическим адресом изготовителя);
- номинальное количество (объем или масса) продукции в потребительской таре (для мыла твердого туалетного – номинальная масса куска, на момент упаковки) за исключением парфюмерно-косметической продукции номинальной массой менее 5 г, или номинальным объемом менее 5 мл, или пробника парфюмерно-косметической продукции;
- цвет и/или тон (для декоративной косметики и окрашивающих средств);
- массовая доля фторида (% , или мг/кг, или ppm) для средств гигиены полости рта, содержащих соединения фтора;
- срок годности;
- дата изготовления (месяц, год), и срок годности (месяцев, лет), или надпись «годен до» (месяц, год) или «использовать до» (месяц, год);
- описание условий хранения в случае, если эти условия отличаются от стандартных;
- особые меры предосторожности (при необходимости) при применении продукции, в том числе информация о предупреждениях, изложенных в приложениях 2-5 технического регламента;
- номер партии или специальный код, позволяющие идентифицировать партию парфюмерно-косметической продукции;

- сведения о способах применения парфюмерно-косметической продукции, отсутствие которых может привести к неправильному использованию потребителем парфюмерно-косметической продукции;
- список ингредиентов в соответствии с требованиями ТР.

Списку ингредиентов должен предшествовать заголовок «Ингредиенты» или «Состав».

Ингредиенты указывают в порядке уменьшения их массовой доли в рецептуре, при этом парфюмерную (ароматическую) композицию указывают как единый ингредиент без раскрытия ее состава. Если в состав композиции входят ингредиенты (№ 67-92), указанные в приложении 2, и их содержание превышает концентрацию 0,01% для смываемых продуктов, 0,001% для несмываемых продуктов, то они должны быть указаны в составе.

Ингредиенты, присутствующие в форме наноматериалов, должны быть четко указаны в списке ингредиентов с указанием после их названия в скобках слова «нано» или «nano» в случае указания ингредиентов в соответствии с международной номенклатурой косметических средств (INCI).

Ингредиенты в концентрации менее 1 % могут быть перечислены в любом порядке после тех ингредиентов, концентрация которых более 1 %.

Красители могут быть перечислены в любом порядке после остальных ингредиентов в соответствии с индексом цвета или принятыми обозначениями.

Список ингредиентов может быть представлен либо на государственном(ых) или официальном языке(ах) государств-членов ТС, в которых осуществляется реализация парфюмерно-косметической продукции, либо в соответствии с международной номенклатурой косметических ингредиентов (INCI) с использованием букв латинского алфавита.

На изделиях декоративной косметики, выпущенных в виде серии различных тонов, могут быть перечислены все красители, использованные в серии, с применением термина «может содержать» или знака (+/-).

Информация на маркировке должна быть четкой и не смываемой с упаковки в условиях использования продукции по назначению и предоставлена на государственном (ых) языке (ах) государств – членов ТС, в которых осуществляется реализация парфюмерно-косметической продукции.

Наименование изготовителя, место нахождения изготовителя и название продукции могут быть написаны с использованием букв латинского алфавита. Страна происхождения парфюмерно-косметической продукции приводится на государственном(ых), официальном языке (ах) государств-членов ТС, в которых осуществляется реализация парфюмерно-косметической продукции.

Транспортная маркировка – по ГОСТ 14192 с нанесением манипуляционных знаков: «Вверх» (для ПК изделий, имеющих густую консистенцию), «Хрупкое. Осторожно», «Беречь от влаги».

Носителями производственной маркировки могут быть этикетки, вкладыши, ярлыки, бирки.

При маркировке объема парфюмерных жидкостей принято указывать ее точный объем (e) в мл. Сохраняется также маркировка в жидкостных унциях

Маркировка продукции легкой промышленности

Согласно требованиям ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности», маркировка продукции должна быть достоверной, читаемой и доступной для осмотра и идентификации. Маркировку наносят на изделие, этикетку, прикрепляемую к изделию, или товарный ярлык, на упаковку изделия, упаковку группы изделий или листок-вкладыш к продукции.

Маркировка и информация должны быть представлены на русском языке или государственном языке государства – члена Таможенного союза, на территории которого данное изделие производится и реализуется потребителю.

Для импортной продукции допускается наименование страны, где изготовлена продукция, наименование изготовителя и его юридический адрес указывать с использованием букв латинского алфавита.

Не допускаются указания «экологически чистая», «ортопедическая» и другие аналогичные указания без соответствующих подтверждений.

Маркировка должна содержать следующую обязательную информацию:

- наименование продукции;
- наименование страны-изготовителя;
- наименование изготовителя, или продавца, или уполномоченного изготовителем лица;
- юридический адрес изготовителя, или продавца или уполномоченного изготовителем лица;
- размер изделия;
- состав сырья;
- товарный знак (при наличии);
- единый знак обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза;
- гарантийные обязательства изготовителя (при необходимости);
- дата изготовления;
- номер партии продукции (при необходимости).

В зависимости от вида и назначения продукции легкой промышленности маркировка должна содержать следующую информацию.

Для одежды и изделий из текстильных материалов дополнительная информация должна содержать сведения:

- вид и массовая доля (процентное содержание) натурального и химического сырья в материале верха и подкладки изделия. Отклонение фактического содержания сырья не должно превышать + 5 процентов;
- модель;
- символы по уходу за изделием;
- инструкцию по особенностям ухода за изделием в процессе эксплуатации (при необходимости).

На контрольной ленте указывается название вида волокна, из которого выполнено изделие, на русском или иностранном языках:

- ✓ хлопок – cotton, katoen, baumwolle;
- ✓ шерсть – woll, wolle, vune;
- ✓ шелк натуральный – silk, seide, soie.

Синтетические волокна:

- ✓ полиамидные – polyamide;
- ✓ полиэфирные – polyester.

Если изделие выполнено из смешанных волокон, указывается несколько названий, например «70% polyester, 30% cotton».

Размерные показатели швейных изделий указываются на товарных ярлыках в определенном порядке: рост – обхват груди (размер) – обхват бедер (талии), например 176-100-96.

Все типовые фигуры разбиваются на группы с учетом пола и возраста: мужская, женская, подростковая, школьная, дошкольная, ясельная (см. табл. 21).

Таблица 21

Размерные параметры швейных изделий

Половозрастные группы	Рост, см	Обхват груди (размер), см	Полнота, см
Мужская	158, 164, 170, 176, 182, 188	88, 92, 96, 100, 104, 108, 112, 116, 120, 124, 128	70, 76, 82, 88, 94, 100, 106, 112, 118, 124, 130, 136
Женская	146, 152, 158, 164, 170, 176	88, 92, 96, 100, 104, 108, 112, 116, 120, 124, 128, 132, 136	88, 92, 96, 100, 104, 108, 112, 116, 120, 124, 128, 132, 136, 140, 144
Подростковая	164, 170, 176, 182, 188	84, 88, 92, 96, 100, 104, 108	
Школьная	122, 128, 134, 140, 146, 152, 158, 164, 170	56, 60, 64, 68, 72, 76, 80	
Дошкольная	98, 104, 110, 116	52, 56, 60	
Ясельная	74, 80, 86, 92	44, 48, 52	

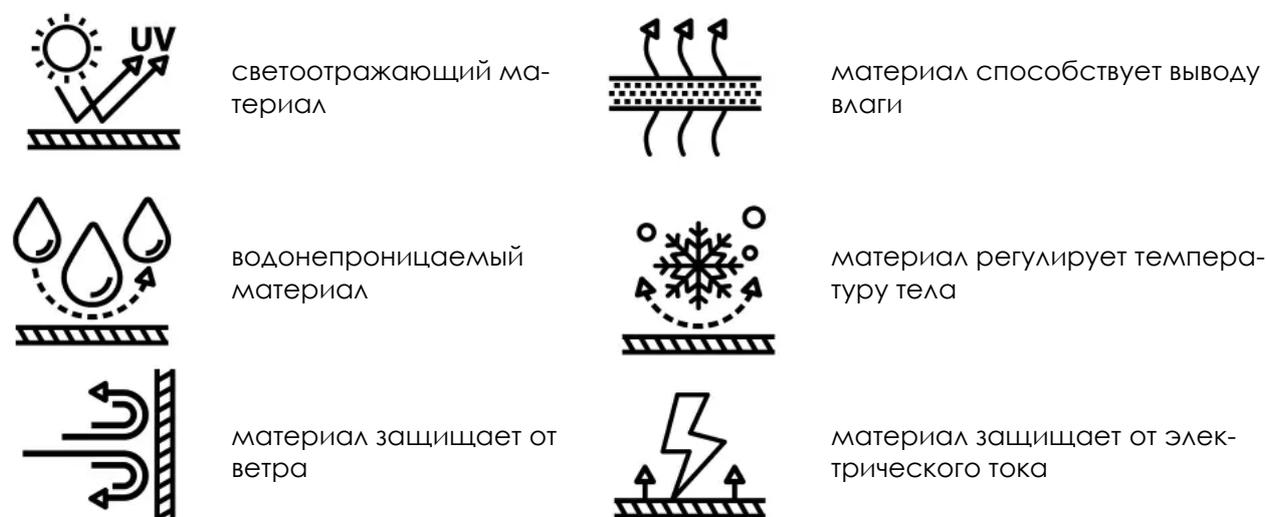
Зарубежная система размеров отличается от российской. Ниже приведено усредненное соотношение размеров импортной одежды и отечественной (табл. 22).

Таблица 22

Усредненное соотношение размеров импортной и отечественной одежды

Обхват талии, см	Обхват бедер, см	Россия	Германия	Англия	Франция	США	Международный
63-65	89-92	42	36	24	38	8	XXS
66-69	93-96	44	38	26	40	10	XS
70-74	97-101	46	40	28	42	12	S
75-78	102-104	48	42	30	44	14	M
79-83	105-108	50	44	32	46	16	L
84-89	109-112	52	46	34	48	18	XL
90-94	113-117	54	48	36	50	20	XXL
93-97	117-122	56	50	38	52	22	XXXL

Символические обозначения свойств материалов представлены на рис. 66.



Источник:

https://media1.thehungryjpeg.com/thumbs2/ori_3490307_29aa704d5bdfce21b86125367005e4104ae01f5d_protection-from-external-influence-water-resistance-dirtproof-impact.jpg

Рис. 66. Символические обозначения свойств материалов

Кожаную обувь маркируют также в соответствии с требованиями ГОСТ 7296.

Маркировочные обозначения должны быть нанесены непосредственно на каждую полупару обуви или по согласованию с потребителем на ярлык, прикрепляемый к подкладке полупары обуви. Эти обозначения наносят на потребительскую тару или на этикетку, которую наклеивают на упаковочные коробки, пачки, бумажные или пленочные пакеты. Кроме того, маркировочные обозначения должны быть нанесены на транспортную тару (ящики).

Товарный знак на обувь, кроме модельной, наносят несмываемой краской или горячим тиснением; на модельную обувь – золотой, серебряной краской или горячим тиснением через фольгу.

Артикул (индекс), размер, обозначение нормативной документации, дату выпуска разрешается наносить на одну из деталей подкладки обеих полупар обуви, подкладку под берцы (на левой стороне верхней части); задний внутренний ремень; штаферку; клапан под застежку-«молнию». Эти маркировочные обозначения должны располагаться в следующем порядке: первая строка – размер, номер нормативной документации, дата выпуска; вторая строка – артикул (индекс) (табл. 23).

Содержание дополнительной информации на материале

Материал	Содержание дополнительной информации
Для трикотажных и текстильных полотен, штучных изделий из них, ковров, одеял, покрывал, штор	– вид и массовая доля (процентное содержание) исходного сырья (ворсовой поверхности для ковровых покрытий и изделий из них). Отклонение фактического содержания сырья не должно превышать + 5 процентов; – массу куска при нормированной влажности (для трикотажных полотен); – устойчивость окраски (для трикотажных и текстильных полотен); – вид отделки (при наличии); – символы по уходу за изделием
Для одежды и изделий из меха	– вид меха и вид его обработки (крашенный или некрашенный); – символы по уходу за изделием; – инструкция по уходу за изделием в процессе эксплуатации (при необходимости)
Для кожгалантерейных изделий	– наименование материала верха; – модель; – указания по эксплуатации (при необходимости)
Для шкурок меховых	– вид меха; – вид обработки; – сорт, марку; – площадь или размер
Для кож	– площадь или масса кожи; – толщина (при необходимости); – сорт
Для обуви	– модель и (или) артикул изделия; – вид материала, использованного для изготовления верха, подкладки и низа обуви; – инструкция по уходу за обувью (при необходимости)

Ниже представлены условные обозначения материалов, применяемых в производстве обуви.



Источник: <https://vitvesti.by/images/2018-12-26/usl.jpg>

Рис. 67. Условные обозначения материалов, применяемых в изготовлении обуви

Размер и полноту обуви, как правило, указывают на ходовой поверхности подошвы в геленочной части каждой полупары. Соотношение размеров женской, мужской и детской обуви отечественного и зарубежного производства представлено в табл. 24.

**Соотношение размеров женской, мужской и детской обуви
отечественного и зарубежного производства**

Страна-производитель	Размер										
	Женская обувь										
Россия, Германия и др. страны Европы (кроме Великобритании) Длина стопы, см	33		34	35		36		37	38	39	
	21,7		22,4	23,1		23,7		24,3	25	25,7	
Великобритания Длина стопы, см	1	1,5	2	2,5	3	3,5	4	4,5	5	5,5	6
	21,7	22,1	22,5	22,9	23,3	23,7	24,1	24,4	24,8	25,3	25,8
США	1,5		2,5	3,5		4,5		5,5	6,5	7,5	
Япония, Китай	3		4	5		6		7	8	9	
Мужская обувь											
Россия, Германия и др. страны Европы (кроме Великобритании) Длина стопы, см	40		41	42		43		44	45	46	
	26,3		26,9	27,6		28,2		28,9	29,6	30,2	
Великобритания Длина стопы, см	6,5	7	7,5	8	8,5	9	9,5	10	10,5	11	
	26,2	26,6	27	27,4	27,8	28,3	28,6	29	29,5	29,9	
США	7		7,5	8,5		9		10	11	12	
Япония, Китай	25		25,5	26		26,5		27	27,5	28	
Детская обувь											
Россия, Германия и др. страны Европы (кроме Великобритании) Длина стопы, см	18		19	20		21	22	23	24	25	26
	10,8-11,3		11,9	12,5		13,1	13,7	14,3	14,9	15,5	16,2
Россия, Германия и др. страны Европы (кроме Великобритании) Длина стопы, см	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37
	16,8	17,4	18,1	18,7	19,4	20,1	20,7	21,4	22,1	22,7	23,4

Маркировка потребительской тары (коробки, пачки, пакеты) должна содержать следующие данные: товарный знак, наименование предприятия-изготовителя и его почтовый адрес, артикул (индекс), фасон колодки, номер модели, размер, полнота, цвет, номер нормативной документации, дата выпуска (месяц, год). Эти обозначения наносят штампованием или указывают на этикетке, которую прикрепляют к таре. В пакет из пленочных материалов такую этикетку вкладывают.

На ярлыке маркировки каждого места транспортной тары указывают товарный знак, наименование предприятия – изготовителя и его почтовый адрес, артикул (индекс), фасон колодки, номер модели, количество пар обуви в ящике с указанием ростовочно-полнотного ассортимента, массу (брутто), дату упаковки, номер упаковщика. Кроме того, в каждый ящик должен быть вложен упаковочный ярлык с этими обозначениями.

Продукция легкой промышленности, соответствующая требованиям Технического регламента и прошедшая процедуру подтверждения соответствия,

должна иметь маркировку единым знаком обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза.

Маркировка сложной бытовой техники (низковольтного оборудования)

Требования к маркировке и эксплуатационным документам регламентируются ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования». В соответствии с ним на маркировке должны быть обозначены:

1. Наименование и (или) обозначение низковольтного оборудования (тип, марка, модель), его основные параметры и характеристики, влияющие на безопасность, наименование и (или) товарный знак изготовителя, наименование страны, где изготовлено низковольтное оборудование, должны быть нанесены на низковольтное оборудование и указаны в прилагаемых к нему эксплуатационных документах.

При этом наименование изготовителя и (или) его товарный знак, наименование и обозначение низковольтного оборудования (тип, марка, модель) должны быть также нанесены на упаковку.

2. Если сведения, приведенные в пункте 1 настоящей статьи, невозможно нанести на низковольтное оборудование, то они могут указываться только в прилагаемых к данному оборудованию эксплуатационных документах. При этом наименование изготовителя и (или) его товарный знак, наименование и обозначение низковольтного оборудования (тип, марка, модель (при наличии)) должны быть нанесены на упаковку.

3. Маркировка низковольтного оборудования должна быть разборчивой, легко читаемой и нанесена на низковольтное оборудование в доступном для осмотра без разборки с применением инструмента месте.

4. Эксплуатационные документы к низковольтному оборудованию должны содержать:

- информацию, перечисленную в пункте 1 настоящей статьи;
- информацию о назначении низковольтного оборудования;
- характеристики и параметры;
- правила и условия безопасной эксплуатации (использования);
- правила и условия монтажа, хранения, перевозки (транспортирования), реализации и утилизации (при необходимости – установление требований к ним);
- информацию о мерах, которые следует предпринять при обнаружении неисправности этого оборудования;
- наименование и местонахождение изготовителя (уполномоченного изготовителем лица), импортера, информацию для связи с ними;
- месяц и год изготовления низковольтного оборудования и (или) информацию о месте нанесения и способе определения года изготовления.

5. Эксплуатационные документы выполняются на русском языке и на государственном(ых) языке(ах) государства – члена Таможенного союза при наличии соответствующих требований в законодательстве(ах) государства(в)-члена(ов) Таможенного союза.

Эксплуатационные документы выполняются на бумажных носителях. К ним может быть приложен комплект эксплуатационных документов на электронных носителях.

Эксплуатационные документы, входящие в комплект низковольтного оборудования небытового назначения, могут быть выполнены только на электронных носителях.

Низковольтное оборудование, соответствующее требованиям безопасности технического регламента Таможенного союза и прошедшее подтверждение соответствия согласно требованиям технического регламента Таможенного союза, должно иметь маркировку единым знаком обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза

В 1992 г. с целью повышения эффективности электробытовых приборов европейским сообществом была принята директива 92/75/ ЕЕС, согласно которой с января 1995 г. каждый прибор европейских производителей обязан иметь наклейку, отображающую его энергетические характеристики. На этой наклейке классы энергоэкономичности обозначаются латинскими буквами от А (очень экономичного), до G (прибора с высоким расходом электроэнергии). В цветовом исполнении наклейки для каждого класса обозначаются определенным цветом: оттенками зеленого – классы А, В и С и далее в красную часть спектра, вплоть до G.

Непрерывное совершенствование бытовой техники в течение последнего десятилетия настолько «подтянуло» продукцию основных фирм-производителей к высшей отметке – классу А, что ее значение девальвировалось. Так, к 2000 г. уже около 20% продаваемых в Европе бытовых холодильников имели класс энергопотребления А, а в некоторых странах доля таких холодильников достигла 50%. Снижение рыночного статуса класса А заставило страны Евросоюза принять в последние годы ряд новых директив, вводящих дополнительные градации энергопотребления. Кроме того, этими директивами классы энергопотребления и соответствующие наклейки были введены для тех категорий бытовой техники, к которым энергетическая маркировка ранее не применялась (духовки, бытовые кондиционеры).

Директивой 2003/66/ЕС от 3 июля 2003 года вводятся три новых класса энергопотребления: А+, А++ и А+++ (рис. 68).

Класс энергоэффективности	A+++	A++	A+	A	B	C	D	E	F	G
Индекс энергоэфф-ти SEER (охлаждение)	≥ 8.5	6.1 - 8.5	5.6 - 6.1	5.1 - 5.6	4.6 - 5.1	4.1 - 4.6	3.6 - 4.1	3.1 - 3.6	2.6 - 3.1	< 2.6
Индекс энергоэфф-ти SCOP (отопление)	≥ 5.10	4.6 - 5.1	4.0 - 4.6	3.4 - 4.0	3.1 - 3.4	2.8 - 3.1	2.5 - 2.8	2.2 - 2.5	1.9 - 2.2	< 1.9

Источник: <https://odstroy.ru/wp-content/uploads/7/7/b/77bc4fbfde1e8490b392464485a683c5.jpeg>.

Рис. 68. Кодировка для новых классов энергопотребления

Такая маркировка является инструментом энергосберегающей политики. Маркировка энергетической эффективности наносится на электробытовые приборы, строительные и теплоизоляционные материалы, здания, коммунальное и теплоизоляционное оборудование, автотранспорт (рис. 69).

Значения температуры на нижней полке испарителя через 1 ч работы в зависимости от температуры воздуха в помещении и маркировки холодильника представлены в табл. 25.

Таблица 25

Значения температуры на нижней полке испарителя через 1 час работы в зависимости от температуры воздуха в помещении и маркировки холодильника

Температура воздуха в помещении, °С	Маркировка низкотемпературного отделения		
	*	**	***
16...20	- 16	- 22	- 28
21...25	- 13	- 19	- 25
26...30	- 11	- 17	- 23
30...35	- 8	- 14	- 20

Класс энергетической эффективности
Холодильник-морозильник

Бренд: beko
Модель: CSMV 532021

Наибольшая эффективность: A++
Энергетический класс: A
Наименьшая эффективность: G

Энергопотребление кВтч/год: 323
(Основано на результатах 24-х часового стандартного теста)

Объем холодильного отделения, л: 233
Объем морозильного отделения, л: 62

Уровень шума, дБ(А): 41

Расшифровка этикетки холодильника

- 1 Наименование или товарный знак изготовителя
- 2 Название/маркировка модели
- 3 Класс энергетической эффективности прибора
- 4 Годовое потребление электроэнергии, кВтч, измеренное в соответствии со стандартом, из расчета работы прибора 24 ч в течение 365 дней
- 5 Общий полезный объем для хранения свежих продуктов
- 6 Общий полезный объем для хранения замороженных продуктов
- 7 Маркировка низкотемпературного отделения
Холодильные приборы с низкотемпературным отделением маркируются следующим образом:

Значение температуры, которое не превышает в низкотемпературном отделении для хранения продуктов	Маркировка
- 6°C	☼
- 12°C	☼☼
- 18°C	☼☼☼
Отделение для замораживания продуктов	☼☼☼☼

- Соответствие критериям подтверждается измерениями, проводимыми в соответствии со стандартом ГОСТ 30204-95.
- 8 Необязательный параметр: скорректированный уровень звуковой мощности, дБА, измеренный в соответствии со стандартом. Характеризует шум, издаваемый прибором.

Источник: <https://hostboard.ru/wp-content/uploads/5/b/c/5bc155c4faafe1d37159f670f4efa010.jpeg>.
Рис. 69. Маркировка энергетической экономичности бытового электрического холодильника

Маркировка электробытовых приборов в разных странах имеет свои особенности. В странах ЕЭС маркировка энергетической эффективности наносится на холодильники, морозильники, стиральные, сушильные, посудомоечные машины, кондиционеры, водоподогреватели, микроволновые печи, плиты,

источники света; в США – на холодильники, морозильники, стиральные, посудомоечные машины, кондиционеры, водоподогреватели, флуоресцирующие лампы, а также грелки и топочные устройства. В Германии, Англии, Франции подобным образом маркируют строительные и теплоизоляционные материалы, здания, коммунальное и теплоэнергетическое оборудование (последнее – только в Германии), автотранспорт (только во Франции).

Маркировка легковых автомобилей

Маркировку легкового автомобиля наносят на металлическую табличку, на которой указывается модель и номер автомобиля, модель двигателя, варианты исполнения и комплектации. Идентификационный номер (Vehicle Identification Number, VIN) автомобиля дублируют клеймением спереди на водоотражательном щитке и на поперечине заднего напольного покрытия справа (под задним сиденьем). Модель и номер двигателя выбиваются на блоке цилиндров.

VIN предназначен для идентификации и кодирования автомобилей. Единые международные нормативные документы, устанавливающие принципы построения VIN, обязательные для применения, отсутствуют. С 1 января 2004 г. в России действует ГОСТ Р 51980-2002 *Транспортные средства. Маркировка. Общие технические требования*, в котором построение VIN идентично принципам из стандартов ИСО 3779-1983 и ИСО 3780-1983.

Идентификационный номер состоит из разделов (частей), заполненных следующими символами – арабскими цифрами (0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9) и латинскими буквами (исключая I, O, Q). Кроме того, можно применять разделители, отмечающие начало и окончание VIN либо отделяющие друг от друга его части.

Номер состоит из трех разделов: всемирный код изготовителя (world manufacturer identifier code – WMI), описательный (Vehicle Descriptor Section – VDS), индикаторный (Vehicle indicator section – VIS).

Учет и контроль присвоения всемирного опознавательного кода изготовителя находится в компетенции Международной организации по стандартизации (ISO) и возложен на Международное агентство (Society of Automotive Engineers, США). Присвоение опознавательных кодов изготовителю осуществляется по согласованию с Международным агентством, компетентным органом страны, в которой изготовитель имеет основные производственные мощности.

Идентификационный номер присваивается каждому транспортному средству и каждому шасси его изготовителем. Его наносят на раму, шасси или часть кузова, не являющуюся легкоъемной. Его изображение должно быть нанесено четко, способом, обеспечивающим его долговечность и исключающим легкое изменение знаков кода.

Российские предприятия используют отраслевую систему классификации и кодирования транспортных средств. Базовым моделям легковых автомобилей присваивается четырехзначный индекс, где первая цифра – класс автомобиля, вторая – тип автомобиля, а третья и четвертая – номер его модели. Для

обозначения модификаций базовых моделей в индекс могут добавляться дополнительные цифры.

Полное обозначение модели включает сокращенное название предприятия-изготовителя. Например, ВА3-21109 «...», где ВА3 – Волжский автомобильный завод; 2 – класс автомобиля; 1 – тип (легковой); 10 – номер базовой модели; 9 – номер модификации; «...» – торговая марка.

Маркировка мебельной продукции

Согласно требованиям к маркировке ТР ТС 025/2012 «О безопасности мебельной продукции», мебельная продукция, соответствующая требованиям к безопасности и прошедшая процедуру подтверждения соответствия, должна иметь маркировку единым знаком обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза, которая осуществляется перед выпуском мебельной продукции в обращение на рынке.

Единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза наносится на маркировочный ярлык (этикетку), размещенный на несъемной части каждого изделия мебели. Не допускается нанесение единого знака обращения продукции на рынке на поверхность выдвижных ящиков, переставных полок и других деталей, в том числе, комплектующих изделий, которые могут быть заменены. Единый знак обращения продукции на рынке наносится также на прилагаемые к мебели продукции сопроводительные документы, товарно-транспортные накладные.

Единый знак обращения продукции на рынке наносится любым способом, обеспечивающим четкое изображение в течение всего срока службы мебели.

Информация для потребителя предоставляется в виде маркировки, инструкции по эксплуатации и инструкции по сборке, если мебель поставляется в разобранном виде:

Каждое изделие мебели, реализуемое на территории государства-члена Таможенного союза, должно иметь маркировку на русском языке и, при наличии соответствующих требований в его законодательстве, – на его государственном языке. Торговое наименование продукции, поставляемой из стран, расположенных не на единой территории Таможенного союза, а также наименование фирмы изготовителя могут быть выполнены буквами латинского алфавита.

Маркировка должна быть выполнена печатным способом на бумажном ярлыке (этикетке) или на ярлыке из ткани, прочно прикрепленных к изделию мебели, поставляемому в собранном виде.

Изделия мебели, поставляемые в разобранном виде, могут не иметь маркировки с обозначением изделия и даты изготовления. В этом случае обозначение изделия проставляется изготовителем или продавцом во время продажи изделия мебели или во время его сборки у пользователя. Дата выпуска должна быть указана на упаковке (упаковках). Маркировка на мебель в разобранном виде наносится на упаковку.

Допускается наносить маркировку несмываемой краской, штемпелеванием, выжиганием, продавливанием, а также проставлять отдельные реквизиты ярлыка специальным штампом.

Маркировка должна быть четкой и содержать:

- наименование изделия мебели по эксплуатационному и функциональному назначению, обозначение изделия (цифровое, собственное, модель и т.п.);
- товарный знак (логотип) изготовителя (при наличии);
- наименование страны изготовителя;
- наименование и местонахождение изготовителя;
- наименование, юридический и фактический адрес уполномоченного изготовителем лица, импортера;
- дату изготовления;
- гарантийный срок;
- срок службы, установленный изготовителем;
- единый знак обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза.

Для мебели, поставляемой в разобранном виде, маркировочный ярлык должен вкладываться в упаковку вместе с инструкцией по сборке;

В маркировке детских и ученических стульев, столов, парт для общественных помещений дополнительно должны быть указаны: в числителе – их ростовой номер, в знаменателе – средний рост детей.

На видимых наружных поверхностях столов, парт и стульев для дошкольных учреждений и учебных заведений (кроме средних специальных и высших учебных заведений) должна быть нанесена цветовая маркировка в виде круга диаметром не менее 10 мм или горизонтальной полосы размером не менее 10x15 мм следующих цветов в зависимости от ростовых номеров изделия мебели:

- 00 – черный;
- 0 – белый;
- 1 – оранжевый;
- 2 – фиолетовый;
- 3 – желтый;
- 4 – красный;
- 5 – зеленый;
- 6 – голубой.

Способ нанесения цветной маркировки должен обеспечивать ее длительную сохранность. Допускается нанесение цветной маркировки, выполненной печатным способом с самоклеющейся основой.

Мебельная продукция сопровождается инструкцией, устанавливающей правила и условия безопасной эксплуатации.

Маркировка продукции, предназначенной для детей и подростков

В соответствии с требованиями ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» маркировка продукции должна быть достоверной, проверяемой, читаемой и доступной для осмотра и идентификации. Маркировку продукции наносят на изделие, этикетку, прикрепляемую к изделию или товарный ярлык, упаковку изделия, упаковку группы изделий или листок-вкладыш к продукции.

Маркировка продукции должна содержать следующую информацию:

- наименование страны, где изготовлена продукция;
- наименование и местонахождение изготовителя (уполномоченного изготовителем лица), импортера, дистрибьютора;
- наименование и вид (назначение) изделия;
- дата изготовления;
- единый знак обращения на рынке;
- срок службы продукции (при необходимости);
- гарантийный срок службы (при необходимости);
- товарный знак (при наличии).

Информация должна быть представлена на русском языке или государственном языке государства-члена Таможенного союза, на территории которого данное изделие производится и реализуется потребителю.

Для импортной продукции допускается наименование страны, где изготовлена продукция, наименование изготовителя и его юридический адрес указывать с использованием латинского алфавита.

Не допускается использование указаний «экологически чистая», «ортопедическая» и др. указаний без соответствующего подтверждения.

Маркировка сосок молочных и сосок-пустышек должна наноситься на закрытую упаковку и содержать: гарантийный срок службы, инструкцию по использованию, хранению, гигиеническому уходу за изделием.

Изделия санитарно-гигиенические разового использования для ухода за детьми должны иметь инструкцию, содержащую информацию с указанием назначения, размера, рекомендаций по правильному выбору вида и размера изделия, способов ухода за изделием и его утилизации (при необходимости).

Маркировка посуды и изделий санитарно-гигиенических и галантерейных должна содержать обозначение материала, из которого изготовлено изделие, и инструкцию по эксплуатации и уходу.

Изделия, по форме и виду аналогичные применяемым изделиям для пищевых продуктов, но не предназначенные для контакта с пищевыми продуктами, должны иметь маркировку «Для непищевых продуктов» или указание их конкретного назначения.

Маркировка одежды, изделий из текстильных материалов, кожи, меха, трикотажных изделий и готовых штучных текстильных изделий в дополнение к обязательным требованиям должна иметь следующую информацию:

– вид и массовая доля (процентное содержание) натурального и химического сырья в материале верха и подкладке изделия (отклонения фактических значений процентного содержания сырья не должны превышать 5 процентов), а также вид меха и вид его обработки (крашенный или некрашенный);

– размер изделия в соответствии с типовой размерной шкалой или требованиями нормативного документа на конкретный вид продукции;

– символы по уходу за изделием и (или) инструкции по особенностям ухода за изделием в процессе эксплуатации (при необходимости).

Изделия для новорожденных и бельевые изделия для детей до 1 года необходимо сопровождать информацией «Предварительная стирка обязательна».

Маркировка обуви должна иметь информацию о размере, модели и (или) артикуле изделия, материале верха, подкладки и подошвы, условиях эксплуатации и ухода за обувью.

Маркировка кожгалантерейных изделий должна содержать наименование материала, из которого изготовлено изделие, инструкцию по эксплуатации и уходу.

Маркировка ранцев ученических, сумок, портфелей и рюкзаков должна содержать информацию о возрасте пользователя.

Коляски детские должны иметь инструкцию по применению с указанием возраста пользователя, для которого предназначено изделие, а также по монтажу, установке, регулированию, безопасному использованию и хранению. Маркировка колясок детских должна содержать информацию о гарантийном сроке эксплуатации и хранения.

Велосипеды должны иметь инструкцию по применению с указанием массы и возраста пользователя, для которого предназначено изделие, рекомендации по сборке, подготовке к эксплуатации и регулированию, эксплуатации, подбору велосипеда, указаниями по техническому обслуживанию велосипеда. Маркировка велосипедов должна содержать информацию о гарантийном сроке эксплуатации.

Продукция для детей и подростков, соответствующая требованиям безопасности настоящего технического регламента и прошедшая процедуру оценки (подтверждения) ТР ТС 007/2011 соответствия, должна иметь маркировку единым знаком обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза.

Маркировка игрушек

ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек» регламентирует следующие требования.

Маркировка игрушек должна быть достоверной, проверяемой, четкой, легко читаемой, доступной для осмотра и идентификации.

Маркировка наносится изготовителем (уполномоченным изготовителем лицом) и импортером.

Место и способ нанесения маркировки определяется изготовителем (уполномоченным изготовителем лицом) и импортером.

Маркировка должна содержать следующую информацию:

- наименование игрушки;
- наименование страны, где изготовлена игрушка;
- наименование и местонахождение изготовителя (уполномоченного изготовителем лица), импортера, информацию для связи с ними;
- товарный знак изготовителя (при наличии);
- минимальный возраст ребенка, для которого предназначена игрушка или пиктограмма, обозначающая возраст ребенка;
- основной конструкционный материал (для детей до 3 лет) (при необходимости).
- способы ухода за игрушкой (при необходимости);
- дата изготовления (месяц, год);
- срок службы или срок годности (при их установлении);
- условия хранения (при необходимости).

В зависимости от вида игрушки в содержание маркировки включаются: комплектность (для наборов), правила эксплуатации игрушки, способы гигиенической обработки, меры безопасности при обращении с игрушкой, предупредительные надписи, инструкцию по сборке.

Предупредительная информация должна содержать указание об особых мерах предосторожности при использовании в соответствии с приложением 3 настоящего технического регламента Таможенного союза.

Маркировка и техническая документация, поставляемая в комплекте с игрушкой, выполняются на русском языке и на государственном (ых) языке(ах) государства-члена Таможенного союза при наличии соответствующих требований в законодательстве(ах) государства(в)-члена(ов) Таможенного союза.

Игрушки, соответствующие требованиям безопасности настоящего технического регламента Таможенного союза и прошедшие подтверждение соответствия технического регламента Таможенного союза, должны иметь маркировку единым знаком обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза.

Практические задания

Задание 1

Проанализировать маркировку продовольственных и непродовольственных товаров и выявить основополагающую, коммерческую и потребительскую информацию. Результаты оформить в таблицу. Сделать выводы.

Виды информации

Наименование товара и вид носителя информации	Наименование, номер ГОСТа	Виды информации		
		Основополагающая	Коммерческая	Потребительская

Задание 2

Проанализировать и занести в рабочую тетрадь информацию на торговых маркировках нескольких образцов товаров. Результаты оформить в таблицу. Сделать выводы.

Информация на торговой маркировке

Вид маркировки	Наименование товара	Вид носителя	Информация

Задание 3

Выявить на маркировке различных видов товаров продовольственной и непродовольственной групп ее составные части: текстовую, изобразительную и информационные знаки. Результаты оформить в таблицу.

Составляющие части маркировки

Наименование товара и вид носителя информации	Текст	Рисунок	Информационные знаки

Задание 4

Проанализировать и сравнить соответствие маркировки и упаковки одного вида продовольственного товара разных производителей согласно требованиям ГОСТ. Результаты оформить в таблицу.

Соответствие маркировки и упаковки требованиям нормативного документа

Наименование товара	Упаковка		Информация на маркировке	
	Требования ГОСТ	Факт	Требования ГОСТ	Факт

Задание 5

Расшифровать информационные знаки на маркировке товара.

Задание 6

Расшифровать информационные знаки, которые нанесены на упаковку товара.

1. Рассмотреть маркировку не менее пяти образцов продовольственных и непродовольственных товаров. Определить видовую принадлежность сведений, представленных в маркировке, и результаты оформите в виде таблицы.

Видовая принадлежность сведений, представленных в маркировке

Наименование образца, представленная информация	Вид информации		
	основополагающая	коммерческая	потребительская
Обр. №1. Молоко – наименование – изготовитель – жирность – штрихкод – информация об отсутствии консервантов	+ + +	+	+

2. Оценить маркировку не менее трех образцов товаров на соответствие требованиям правила «Трех Д» – достоверность, доступность, достаточность. Ответы аргументировать.

3. Оценить маркировку не менее трех образцов товаров на соответствие требованиям закона РФ «О защите прав потребителей».

Задание 7

1. Выявить на маркировке ее составные части: текстовую, изобразительную и информационные знаки. Установить, какие элементы информации присущи каждой части и каково их назначение? Расшифровать информационные знаки на маркировке. К какой группе информационных знаков они относятся?

Результаты оформите в виде таблицы.

Элементы информации, содержащиеся в составных частях маркировки

текстовой	изобразительной	информационных знаках

2. Установить информационные элементы маркировки, определяющие ассортиментную, качественную и количественную характеристики, в том числе принадлежность к одной или разным товарным партиям. Задание выполняется на 2-3 натуральных образцах маркировок. Результаты оформите в виде таблицы.

Информационные элементы маркировки

Товароведные характеристики	Информационные элементы маркировки
– ассортиментная – качественная – количественная – принадлежность к товарной партии	

Задание 8

1. Проанализировать полноту маркировки двух образцов продовольственных и непродовольственных товаров.

2. Составить маркировку вымышленного продукта (продовольственной и непродовольственной группы). Маркировка должна соответствовать требованиям нормативных документов, а также правилам «Трех Д». Кроме того, разрабатываемая маркировка должна содержать элементы, определяющие основополагающие характеристики товара – ассортиментную, качественную, количественную. Распределить информацию, представленную в маркировке товара, на основополагающую, коммерческую и потребительскую. Определить перечень необходимых товаросопроводительных документов.

Контрольные вопросы

1. Перечислить требования, предъявляемые к маркировке товара.
2. Дать определение терминов: этикетка, кольеретка, вкладыш, ярлык, клейма, штампы.
3. Какие сведения указываются на маркировке товара?
4. Дать определение понятия «информация».
5. По каким признакам можно классифицировать информацию?
6. Перечислить свойства информации, пояснить их значение.
7. На какие группы подразделяется товарная информация?
8. Перечислить способы доведения информации до потребителя.
9. Перечислить средства товарной информации.
10. Назвать классификационные признаки упаковки.
11. Какие законодательные акты регулируют основу информационного обеспечения потребителей?
12. Какие требования предъявляются к товарной информации?
13. Какова цель разработки и принятия технических регламентов?
14. На какие группы делятся средства товарной информации?
15. Что такое маркировка товара? Каково назначение маркировки?
16. Какую информацию содержит транспортная маркировка?
17. Что представляют собой информационные знаки?
18. Назвать общие требования, предъявляемые к товарным знакам.
19. Каков порядок нанесения знаков соответствия?
20. На какие группы делятся информационные знаки?
21. Каково назначение товарных, компонентных, предупредительных, манипуляционных и эксплуатационных знаков?
22. Какими документами устанавливаются требования к маркировке пищевых товаров?
23. Перечислить особенности маркировки консервированной продукции.
24. Какие данные дополнительно указываются на маркировке сыров?
25. Какие сведения содержатся в федеральной специальной марке и акцизной марке?
26. Какими документами устанавливаются требования к маркировке непродовольственных товаров?
27. Какие системы проб используются для маркировки ювелирных сплавов?
28. Какая информация включается в государственно пробирное клеймо ювелирного изделия?
29. Что означает знак «этичной» косметики?
30. Какие обязательные сведения должны содержаться в маркировке изделий, предназначенных для детей и подростков, в маркировке игрушек?

3.4. ШТРИХОВОЕ КОДИРОВАНИЕ

Черно-белые штрихи на упаковке – принятая в мировой практике система маркировки товаров и продукции. В ней закодированы необходимые сведения о стране – производителе, предприятии-изготовителе и самом изделии. Понимать язык штриховых кодов и уметь им пользоваться – это необходимость для современных работников торговли.

Классификация штриховых кодов (ШК)

ШК делятся на два вида: Европейский – EAN и американский – UPC.

Коды EAN подразделяют на три типа: EAN-8, EAN-13 и ITF-14 (только для транспортной тары).

Расшифровка кодов осуществляется сканирующими устройствами.

Учитывая большое количество неверной информации о расшифровке ШК, приводим структуру разных их типов в табл. 26.

Таблица 26

Структура штриховых кодов

№ п/п	Структура кодов	Порядковые номера знаков		
		Типы ШК		
		EAN-8	EAN-13	ITF-14
1	Страна, где находится банк данных о ШК	1,2(3*)	1,2(3*)	1,2(3*)
2	Организация-изготовитель или продавец	3-5(4-7)	3-7(4-7)**	3-7(4-7)**
3	Информация о товаре	6-7	8-12	8
4	Код упаковки товара	-	-	9-13
5	Контрольная цифра	8	13	14

– Страны, которым предоставлена возможность детализировать код страны на третьем разряде, например страны СНГ – 460-469.

– В указанном случае изготовитель может использовать только четыре разряда.

Как видно из представленных данных, первые две цифры обозначают код страны, где находится организация, зарегистрировавшая изготовителя, его товар и присвоившие им порядковые номера.

Код страны на ШК может не совпадать со страной происхождения товара, так как изготовитель или продавец имеют право зарегистрироваться не в отечественном банке данных, а в зарубежном.

Каждой стране ассоциации EAN централизованно выдаются диапазоны кодов. Коды чаще всего бывают двухзначные (Франция – 30-37, США и Канада – 00-09, Япония – 45-49), но иногда могут быть трехзначными (СНГ – 460-469) за счет уменьшения кода изготовителя на один знак.

Код изготовителю (следующие 3-5 цифр) присваивает централизованно национальный орган страны. В России, а также в других странах СНГ код изготовителю присваивает ассоциация ЮНИСКАН, которая представляет интересы своих членов в Международной ассоциации EAN.

ЮНИСКАН выдает регистрационные номера-коды предприятий, причем не только предпринимателям из России или из других стран СНГ, а из любой страны. Она ведет также банк данных о зарегистрированных у нее ШК, разрабатывает и распространяет методики по использованию кодов EAN.

Следующие цифры кодов EAN-8 и EAN-13, содержащие информацию о товаре, присваиваются организацией-изготовителем и продавцом самостоятельно в виде регистрационного номера в пределах своего предприятия (рис. 70).



Источник: https://extxe.com/wp-content/uploads/2022/04/shtrih-kod_rasshifrovka.jpg.
Рис. 70. Структура кода EAN-13

С помощью этих цифр кодируются необходимые для идентификации сведения о товаре: наименование, сорт, артикул, цвет, масса, размер и другие данные. Любые изменения, вносимые в товар и влияющие на его идентификацию, требуют перекодирования ШК. Лишь изменения цен не влекут изменения ШК. Сведения, указанные в цифрах с 7-й по 12-ю кодов, изготовитель доводит до своих торговых партнеров не менее чем за три недели до поставки самого товара. Это правило действует и в случае изменения ШК. Коды EAN-8 и EAN-13 используются не только изготовителями, но и продавцами для внутрифирменной маркировки. Особенностью такого кодирования является то, что считывание этих кодов осуществляется только при товародвижении внутри организации. В этом случае коды EAN-8 начинаются с нуля, а EAN-13 – с двойки (рис. 71).

EAN-8

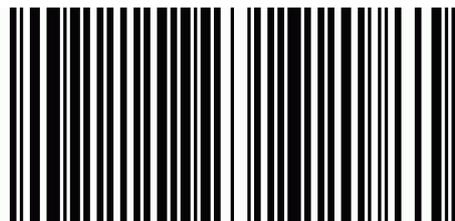


Источник: <https://www.free-barcode-generator.net/images/amp/carousel/ean-8.png>.
Рис. 71. Структура кода EAN-8

В коде ITF-14 цифры с 9-й по 13-ю дают информацию об упаковке товаров.

Последний код (8, 13 или 14-я цифра) – контрольное число, предназначенное для считывания штрихового кода сканером по алгоритму EAN. Контрольное число находят путем определенной последовательности арифметических данных (рис. 72).

EAN-14 (UCC-14/GTIN-14)



(01)01234567890128

Источник: <https://www.free-barcode-generator.net/images/amp/carousel/ean-14.png>.

Рис. 72. 14-разрядный номер EAN/UCC-14

ШК представляет собой чередование темных (штрихов) и светлых (пробелов) полос разной ширины. За единицу ширины принимается модуль – самый узкий штрих или пробел (ширина – 0,33 мм). Каждая цифра кодируется 7 модулями, которые сгруппированы в 2 штриха и 2 пробела. Например, цифра 4 представлена как 1011100 (7 модулей, но 2 штриха и 2 пробела). Ширина штрихов и пробелов составляет от 1 до 3 модулей.

Информацию о коде несут также ширина штрихов, пробелов и их сочетание. Для кодов EAN и UPC размер символа определяется как процент от номинального размера. Номинальный размер символа EAN-13 от первого до последнего штриха – 31,35 мм. Вокруг кода должно быть пустое пространство, так что номинальная ширина будет 37,29 мм. Погрешность при печати не должна превышать 0.101 мм.

В начале и конце штрихового кода помещены удлиненные краевые штрихи, указывающие на начало и конец сканирования. Центральные удлиненные штрихи разделяют код на 2 части, что облегчает визуальную проверку полноты записи кода. Код EAN начинается и заканчивается стартом (стоповым) знаком.

На транспортную упаковку в виде штрихового кода наносится 14-разрядный номер EAN/UCC-14. При этом используется графическая символика «2 из 5 чередующийся» (англ. Interleaved Two of Five – ITF). Поэтому и штриховой код сокращенно называют ITF-14.

Применение штрих кодов разных типов

EAN-8 используется для маркировки упаковки и (или) товаром небольшого размера. От EAN-13 этот тип ШК отличается сокращенной информацией и меньшими размерами. Этим и объясняется и нанесение его на малогабаритные товары, размеры которых не позволяют наносить полные номера.

EAN-13 наносится на любые упаковки и (или) товары, если позволяет площадь.

ITF-14 применяется только для транспортной упаковки. Этот тип ШК имеет более крупные размеры, но не требует высококачественной печати. Предназначен в основном для транспортируемых грузов. Если товар продается вместе с упаковкой, то применяются только коды EAN-13, так как ITF-14 не содержит информацию о товаре и не считывается сканирующими устройствами, установленными в магазине.

Анализ структуры ШК показывает, что закодированная в нем информация носит коммерческий характер и малодоступна потребителю. Даже если будет расшифрована страна, в которой находится банк данных о ШК, это не обязательно несет информацию о стране происхождения товара. Для расшифровки названия организации-изготовителя потребуются специальные классификаторы. С помощью ШК можно рассчитать контрольное число, но оно мало о чем говорит покупателю.

На первых этапах применения ШК могли внедрять только крупные фирмы, завоевавшие и поддерживающие свой имидж за счет высокого качества продукции. ШК на упаковке поднимали престиж фирмы и выполняли роль рекламы, поэтому сначала ШК ассоциировались у потребителя с товарами, качество которых соответствовало повышенным требованиям.

Широкое распространение ШК привело к кодированию всех товаров, независимо от их качества и престижности фирм-изготовителей. Кроме того, сами ШК стали объектом фальсификации.

В этой связи важно уметь распознавать этот вид информационной фальсификации, сопровождающий другие виды фальсификации (ассортиментной, качественной).

Признаки ШК, позволяющие отличить подлинные ШК от фальсифицированных:

- размеры ШК (минимально допустимые – 21,0 x 30,0 мм, максимально допустимые – 52,5 x 74,6 мм);

- цветовое исполнение отдельных элементов ШК: цвет штрихов должен быть черным, синим, темно-зеленым или темно-коричневым; цвет пробелов, совпадающий по цвету с фоном, – белый, допускается желтый, оранжевый, светло-коричневый; не допускается применение любых оттенков красного и желтого цвета для штрихов, так как они не считываются сканером;

- место нанесения ШК: на заднюю стенку упаковки в правом нижнем углу, на расстоянии не менее 20 мм от краев, допускается нанесение на боковую стенку упаковки, на этикетках в нижнем правом углу; на мягких упаковках выбирают место, на котором штрихи будут параллельны днищу упаковки;

- ШК не должен размещаться на месте, где уже есть другие элементы маркировки (текст, рисунки, перфорация);

- нанесение на упаковку только одного ШК – EAN или UPC; нанесение двух ШК (и EAN, и UPC) допускается.

Существуют два принципиально разных варианта нанесения ШК на товар или его упаковку:

1) полиграфическим способом: высокое качество печати обеспечивают оригинал-макеты (мастер-фильмы), изготавливаемые специализированными фирмами;

2) в виде самоклеящихся этикеток, ярлыков и т.д.

Для считывания ШК применяют:

– стационарные и портативные лазерные сканеры, позволяющие считывать ШК на различных расстояниях от товара: от 60 см до 5-6 м;

– кассовые сканеры, оснащенные системами считывания ШК;

– оптические контактные считывающие устройства в виде ручек, карандашей, лазерных пистолетов и др.

ШК выступают как средства автоматизированной идентификации, учета и интенсификации товародвижения, а также как носители коммерческой информации.

Проверка штрихкода (ШК)

Последняя цифра – контрольное число, которое может быть посчитано, а правильность его нанесения проверена по следующему алгоритму:

1. Присваивают цифрам в штриховом коде места с 1-го по 12-е, исключая контрольную цифру.

4	6	0	7	0	0	9	5	2	0	0	1	8
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	

2. Складывают цифры, находящиеся на четных местах, и полученную сумму умножают на 3. Например: $6 + 7 + 0 + 5 + 0 + 1 = 19$; $19 \times 3 = 57$.

3. Складывают цифры, находящиеся на нечетных местах. Например: $4 + 0 + 0 + 9 + 2 + 0 = 15$;

4. Складывают результаты, полученные в п. 2 и п. 3, и получают двух- или трехзначное число. Например: $15 + 97 = 112$.

5. Оставляют у полученной итоговой суммы лишь число, находящееся на последнем месте. Например: 2.

6. Вычитают из 10 полученное число. Полученная разность и есть контрольное число, которое должно совпадать с тем, что указано в штриховом коде. Например: $10 - 2 = 8$.

Вышеописанные коды относят к линейным кодам. Различают также двухмерные штриховые коды.

Двумерные штриховые коды – символы, разработанные для кодирования большого объема информации. Расшифровка такого кода проводится в двух измерениях (по горизонтали и по вертикали).

В отличие от традиционных линейных символов штрихового кода, которые позволяют представлять в символе штрихового кода короткую последовательность данных, являющуюся, как правило, ключом к записи во внешней базе данных, многострочные символы позволяют кодировать информацию в полном объеме. Кроме того, многострочные символы включают в себя специальные механизмы по сжатию данных (защите их от повреждения, связыванию информации), представленных в нескольких символах, в один большой файл; по представлению различных наборов знаков в одном сообщении.

Двухмерные коды подразделяются на многоуровневые (stacked) и матричные (matrix). Многоуровневые штрихкоды появились исторически ранее и представляют собой поставленные друг на друга несколько обычных линейных кодов. Матричные же коды более плотно упаковывают информационные элементы по вертикали.

В настоящее время разработано множество двумерных штрихкодов, применяемых с той или иной широтой распространения. Вот некоторые из них: Aztec Code; Data Matrix; MaxiCode; PDF417; QR код; Microsoft Tag.

Aztec Code

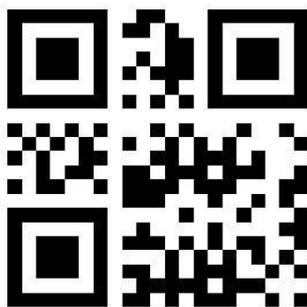
Матричный код, изобретенный в 1995 году, запатентован, но передан в бесплатное пользование обществу. Своим названием обязан древним ацтекам Центральной Америки из-за схожести с их символикой. Код может быть считан не только в своем первоначальном виде, но также под углом и зеркальном отражении. Размер кода может изменяться от квадрата со стороной 15 элементов до квадрата со стороной 151 элемент. Самый маленький Aztec Code содержит в себе до 13 цифр или 12 букв английского алфавита, самый большой – 3832 цифр или 3067 букв английского алфавита или 1914 байт данных. Используется в основном в транспортных системах для выдачи и проверки электронных билетов.



Aztec Code
Data Matrix

Двухмерный матричный штрихкод, разработанный компанией RVSI/Acuity CiMatrix, который состоит из черно-белых элементов и элементов нескольких различных степеней яркости. Код Data Matrix обычно представлен квадратом и служит для шифрования текста. Матрицы можно распечатывать с помощью

принтера и считывать объективом фотоаппарата мобильного телефона, матрица которого содержит больше 1 миллиона пикселей. Расшифровка мобильным телефоном, имеющим фотоаппарат, происходит с помощью проекта Semacode. Сейчас код DataMatrix описывается стандартом ISO и может быть бесплатно использован в различных сферах деятельности. Преимущества этого кода – в возможности нанесения не только с помощью краски, но и с помощью лазера. Это делает маркировку более стойкой и независимой от температур и погодных условий. Также код Data Matrix можно считывать при повреждении до 30% площади.



Код Data Matrix

QR-код

Матричный QR-код, который был разработан японской компанией «Denso-Wave» в 1994 году, расшифровывается как quick response и переводится с английского как «быстрый отклик». Основное преимущество QR-кода – в простом распознавании сканирующим оборудованием и фотокамерой мобильного телефона, что дает возможность использования в торговле, производстве, логистике. QR-код может вместить в себя следующее количество данных:

- цифры – 7089;
- цифры и буквы (включая кириллицу) – 4296;
- двоичный код – 2953 байт;
- иероглифы – 1817.

В настоящее время вышеперечисленные коды стали применяться в рекламной и развлекательной сферах. С помощью двухмерных кодов можно закодировать как текст, так и другие типы данных – веб-ссылки, адреса электронной почты, телефонные номера, SMS и др.



QR-код

Код PDF417

Двухмерный штрихкод, в котором можно закодировать до 2710 знаков. Был разработан в 1991 г. Сейчас код PDF417 используется при идентификации личности, учете товаров и в других сферах. Так же как и предыдущие форматы, PDF417 бесплатный и открыт для свободного использования. Максимальный размер PDF417 – до 90 строк. Каждая строка состоит из:

- стартового и стопового шаблона. Они определяют штрихкод как PDF417;
- набора ключевых слов.

Каждое ключевое слово состоит из 4 штрихов и 4 пробелов. Ширина ключевого слова в 17 раз больше минимального штриха или пробела – эта цифра в обозначении формата PDF417.



Код PDF417

Практические задания

Задание 1

1. Расшифровать штрихкод на упаковках 5 товаров (продовольственных и непродовольственных). Проверить контрольную цифру. Проанализировать соответствие полученных данных информации на упаковке.

Задание 2

1. Расшифровать номера сопроводительных документов:
BY C-BY.MN24.B.01567;
C-FR.ПБ37.B.000634;
РОСС СН.АЕ81.Д.09476;
РОСС RU.ПР02.В34720.

Товар с каким сопроводительным документом вы не примите на реализацию? Почему?

2. На листе бумаги формата А4 оформить реестр сертификатов с учетом предъявляемых требований. Наименования сторон и данные об ответственных лицах могут быть вымышленными. Для заполнения данных таблицы можно использовать приложения 1-10 к данному учебному пособию. Отдельно указать обязательные сведения, наличие которых подлежит проверке со стороны контролирующих органов.

Ситуационное задание. Росконтроль

Росконтроль проводит регулярное тестирование товаров:

<https://roscontrol.com/category/produkti/>

1. Найти группы товаров на сайте в соответствии с выбранными вами продуктами из списка: алкогольные напитки, бакалея, безалкогольные напитки, готовая продукция, замороженные продукты, здоровое питание, кафетерий, колбасы, консервация, масло растительное, масложировая продукция, молочные продукты, мучные кондитерские изделия, немучные кондитерские изделия, пиво, рыбный гастроном, снеки, орехи, сухофрукты, сыры, табачные изделия, хлеб и хлебобулочные изделия, чай, кофе, яйцо.
2. Проанализировать параметры, по которым определенные SKU занесены в «черный список»; заполнить таблицу.

Характеристика продуктов по нарушению качества

Продукт	Органолептические показатели	Требования безопасности	Соответствие маркировке составу и стандарту

3. Нарушение каких критериев в первую очередь влияет на попадание в «черный список»? Сделать выводы.

Ситуационное задание. Стандартизация органических товаров

Развитие рынка органических товаров повседневного спроса сегодня приобретает системный характер: появилась официальная российская сертификация, экообозначения стали более специфичными, а ассортимент пополнился интересными новинками. Более того, востребованность натуральных продуктов для приготовления пищи, ухода за собой или уборки дома является для многих покупателей отражением собственных приоритетов, поэтому они готовы пересмотреть отношение к любимым брендам.

Впервые проведенный в России анализ сертифицированных товаров показал, как развивается инициатива по органической маркировке и в каких направлениях ритейлерам и производителям стоит прилагать усилия, чтобы завоевать большее доверие покупателей, а также долю рынка.

Потенциал «органического» роста: <https://docs.cntd.ru/document/1200141713>.

ГОСТ 33980-2016 МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ. ПРОДУКЦИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА. Со вступлением в силу закона об органической продукции в России с 1 января 2020 года целый ряд игроков FMCG-рынка с локальным производством успели получить соответствующий сертификат и право использовать обозначение «органик» на упаковке. Число таких игроков пока остается небольшим, но покупатели уже замечают в магазинах и пробуют произведенные ими товары. По данным NielsenIQ, в семи проанализированных

FMCG-категориях из единого реестра производителей органических продуктов средние темпы роста продаж оказались вдвое выше сопоставимых показателей на рынке – 13% по сравнению с 6%.

Доля сертифицированной органической продукции хоть и остается небольшой, но продолжает расти: сейчас она достигла порядка 0,1% в товарообороте крупнейших розничных сетей России за последние 12 месяцев**. При этом важно отметить: несмотря на то что в среднем темпы продаж товаров, прошедших маркировку, в анализируемых категориях вдвое выше сопоставимых показателей по рынку, в отдельных ситуациях наблюдается обратная тенденция. Например, продажи сертифицированного органического мяса растут на 3%, в то время как обычного – на 9%. Похожая ситуация в категории сыров – 1% по сравнению с 10%, что может быть обусловлено как недостаточно широкой представленностью в ассортименте, так и более высокими ценами на натуральные продукты.

Объемы продаж органического сегмента растут высокими темпами, однако пока рано говорить о том, что тренд развивается повсеместно. Единый государственный реестр органической продукции появился только в конце 2019 года, и чтобы добиться прогресса с точки зрения популяризации экотоваров, необходимы не только усилия со стороны крупных федеральных игроков по расширению их представленности в ассортименте, но и соответствующая информационная поддержка – коммуникация наличия, доступности и преимуществ органических продуктов.

(Эко)логичный тренд

Несмотря на то что сегменту органической сертифицированной продукции в России еще предстоит пройти длинный путь, прежде чем он сможет стать массовым, на рынке FMCG существуют необходимые для этого предпосылки, а главное – потребность в таких товарах со стороны потребителей. По данным исследований NielsenIQ, 9 из 10 покупателей в России расположены к тому, чтобы попробовать неизвестные им товары из категории здорового образа жизни, что открывает большие возможности для производителей и ритейлеров.

Если говорить об экосегменте FMCG-рынка за пределами российской сертификации, то налицо идентичный тренд: объемы продуктов с разнообразными органическими клеймами (био, натуральный, эко и др.) ежегодно растут. За последние 12 месяцев** их ассортимент увеличился более чем на 7% и достиг порядка 13 тысяч*** уникальных товарных позиций (SKU), а его доля в товарообороте крупнейших розничных сетей уже составляет 1,9% (без учета СТМ и сигарет). А в категориях детского питания и непродовольственных товаров она уже превысила 5%.

Задавая тренд для всего сегмента, продажи экотоваров растут темпами вдвое опережающими средние на рынке FMCG (3,4% против 1,7%), а в ряде индустрий динамика еще выше. Например, продажи органической продукции для животных растут в десять раз быстрее категории экотоваров.

* Детское питание, зерновой кофе, чай, водка, молочная продукция, сыры, мясная продукция (сырое мясо, сосиски, колбасы).

** 12 месяцев, с мая 2020 по апрель 2021 г. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

*** Исследование NielsenIQ «Здоровый образ жизни», ноябрь 2020. База: более 800 респондентов.

Возможности для роста бизнеса

Российский рынок FMCG уже прошел период, когда нишевые органические продукты имели статус «диковинки», доступной ограниченному кругу покупателей. С учетом особого внимания к здоровью, здоровому образу жизни и глобальным трендам можно уверенно говорить о том, что экопродуктов с каждым годом будет становиться все больше, а их ассортимент – все разнообразнее. Серьезный потенциал в этом направлении имеет интернет-торговля: аудитория покупателей в этом канале значительно увеличилась за последнее время, а крупные онлайн-игроки на рынке принимают активное участие в популяризации тренда, предлагая небольшим фермерским хозяйствам площадку для торговли, а потребителям – доступ к уникальному ассортименту.

Осознанный выбор в пользу натуральных продуктов отмечен не только в наиболее очевидных категориях. С учетом того, что потребители ищут экопродукты и на полках со сладостями, и в отделе бытовой химии, и даже в сегменте алкоголя, такой тренд можно расценивать как четкий сигнал – особые требования к составу продуктов и процессу производства медленно становятся для покупателей базовым требованием.

Вопросы

1. Изучить требования к органической продукции по ГОСТ 33980-2016.
2. Проверить, все ли товары подлежат маркировке согласно требованиям ГОСТ 33980-2016.
3. Какие виды производства регламентируются ГОСТ 33980-2016? Какие требования предъявляются к ним?
4. Какая информация о продукте позволяет отнести его к органически произведенному по ГОСТ 33980-2016?

Вопросы для повторения

1. Как осуществляется штриховое кодирование товаров, и каково его назначение?
2. Что представляет собой штриховой код и в чем сущность работы с ним?
3. Какие особенности имеет работа с кодами Европейской ассоциации товарной информации? Какова структура кодов EAN 8, EAN 13, EAN 14?
4. Как Вы понимаете термин «информационное общество»?
5. Каковы признаки перехода развитых стран на новый этап технологического развития – «век информации»?
6. Перечислить виды информационных ресурсов. Какие из них могут использоваться в коммерческой деятельности?
7. Какие информационные ресурсы относятся к перечню нормативных документов?
8. Перечислить основные виды товаросопроводительных документов.
9. Какие сведения должна содержать товарно-транспортная накладная?
10. Перечислить правила заверения копий ТСД.
11. Каким образом продавец доводит до покупателя сведения о подтверждении соответствия товара?
12. Перечислить требования к заполнению реестра сертификатов.
13. Какие документы сопровождают партию алкогольной продукции?
14. Сколько экземпляров ТН составляется и как они в дальнейшем используются?

ГЛОССАРИЙ

Актуальность информации – важность для настоящего времени, злободневность, насущность.

Акты списания (АС) – документы, предназначенные для передачи, хранения и учета информации о недоброкачественной продукции.

Декларация о соответствии – это документ, удостоверяющий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов.

Достаточность информации – может трактоваться как рациональная информационная насыщенность, что исключает представление как неполной, так и излишней информации.

Достоверность информации означает правдивость и достоверность сведений, предоставляемых о товаре потребителю.

Доступность информации связана с принципом информационной открытости сведений о товаре, затрагивающих интересы потребителей для всех пользователей.

Единый знак обращения свидетельствует о том, что продукция, маркированная им, прошла все установленные в технических регламентах Таможенного союза процедуры оценки (подтверждения) соответствия и отвечает требованиям всех распространяющихся на данную продукцию технических регламентов Таможенного союза.

«Знак соответствия» информирует приобретателя о соответствии продукции, работ, услуг требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту, т.е. необязательным требованиям.

«Знак обращения» обозначает, что продукция соответствует требованиям технических регламентов (независимо от формы обязательного подтверждения соответствия).

Изобразительная информация обеспечивает зрительное и эмоциональное восприятие сведений о товарах с помощью художественных и графических изображений непосредственно товара, или репродукции с картин, фотографий, открыток, или других эстетических объектов (цветов, животных, насекомых и т.п.), либо иных изображений.

Информационные ресурсы – это отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах).

Информация – сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством.

Качественные ТСД – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о качестве товаров (образцов, товарных партий, каждого изделия).

Количественные ТСД – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о количественных характеристиках товаров или товарных партий.

Коммерческая товарная информация – это сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для профессионального использования поставщиками и продавцами.

Комплексные ТСД – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о количественных, качественных и стоимостных характеристиках товарных партий, а также для количественного учета в процессе товародвижения.

Компонентные знаки – знаки, предназначенные для информации о применяемых пищевых добавках или иных компонентах, свойственных (или не свойственных) товару.

Манипуляционные знаки – знаки, предназначенные для информации о способах (или правилах) обращения с транспортной или потребительской упаковкой товара.

Маркировка – информация в виде надписей, цифровых, цветовых и условных обозначений, наносимая на продукцию, упаковку, этикетку или ярлык для обеспечения идентификации и ускорения обработки при погрузочно-разгрузочных работах, транспортировании и хранении.

Международный стандарт – стандарт, принятый международной организацией.

Национальный стандарт – стандарт, утвержденный национальным органом Российской Федерации по стандартизации.

Нормативный документ (НД) – документ, устанавливающий правила, общие принципы или характеристики, касающиеся различных видов деятельности или их результатов.

Общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации – нормативные документы, распределяющие технико-экономическую и социальную информацию в соответствии с ее классификацией (классами, группами, видами и др.) и являющиеся обязательными для применения при создании государственных информационных систем и информационных ресурсов и межведомственном обмене информацией.

Объективность информации. Объективный – существующий вне и независимо от человеческого сознания.

Основополагающая товарная информация – это основные сведения о товаре, имеющие решающее значение для идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений – профессионалов и рядовых потребителей.

Полезность (ценность) информации. Полезность может быть оценена применительно к нуждам ее конкретных потребителей и оценивается по тем задачам, которые можно решить с ее помощью.

Полнота информации. Информацию можно назвать полной, если ее достаточно для понимания и принятия решений. Неполная информация может привести к ошибочному выводу или решению.

Понятность информации – требование, предполагающее использование общепринятых понятий, терминов, определения которых приводятся в терминологических стандартных словарях и справочниках, или терминов и понятий, которые относятся к общепринятым, поэтому не требуют определений и пояснений.

Потребительская товарная информация – это сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, т.е. по сути носящие рекламный характер.

Предварительный национальный стандарт – документ в области стандартизации, который утвержден национальным органом Российской Федерации по стандартизации и срок действия которого ограничен.

Размерные знаки – знаки, предназначенные для обозначения определенных физических величин, определяющих количественную характеристику товара.

Расчетные ТСД – документы, предназначенные для документального оформления соглашения о ценах, оплате транспортных расходов, совместном (или одностороннем) покрытии расходов, в том числе транспортных, других издержек, если в составленном договоре купли-продажи (или поставки) эти сведения были не предусмотрены.

Региональный стандарт – стандарт, принятый региональной организацией по стандартизации.

Сертификат соответствия техническому регламенту подтверждает соответствие продукции требованиям технических регламентов и выдается заявителю органом по сертификации (обязательная схема сертификации).

Символическая информация – это сведения о товаре, передаваемые с помощью информационных знаков. Символ (от греч. symbolon – знак, опознавательная примета) – характеристика определенных свойств товара для краткого отражения его сущности.

Словесная информация является наиболее доступной, если она представлена на государственном языке – языке большей части населения страны.

Средства товарной информации (СТИ) предназначены для доведения сведений о товаре, его характеристиках до пользователей – изготовителей, продавцов и потребителей.

Стандарт – документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг.

Стандарт иностранного государства – стандарт, принятый национальным (компетентным) органом (организацией) по стандартизации иностранного государства.

Стандарт на продукцию – стандарт, устанавливающий требования, которым должна удовлетворять продукция или группа однородной продукции с тем, чтобы обеспечить ее соответствие своему назначению.

Стандарт на процесс – стандарт, устанавливающий требования, которым должен удовлетворять процесс с тем, чтобы обеспечить соответствие процесса его назначению.

Стандарт на услугу – стандарт, устанавливающий требования, которым должна удовлетворять услуга или группа однородных услуг с тем, чтобы обеспечить соответствие услуги его назначению.

Стандарт на методы контроля – стандарт, устанавливающий методы, способы, приемы, методики проведения испытаний, измерений и/или анализа.

Субъекты коммерческой деятельности – это изготовители товаров, продавцы (оптовые и розничные), а также потребители.

Тара – основной элемент упаковки, предназначенный для размещения товара.

Технические документы – документы, в соответствии с которыми осуществляются изготовление, хранение, перевозки и реализация пищевых продуктов, материалов и изделий (технические условия, технологические инструкции, рецептуры и др.).

Технический регламент – документ, который принят международным договором Российской Федерации, подлежащим ратификации в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, или в соответствии с международным договором Российской Федерации, ратифицированным в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, или федеральным законом, или указом Президента Российской Федерации, или постановлением Правительства Российской Федерации, или нормативным правовым актом федерального органа исполнительной власти по техническому регулированию, и устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам технического регулирования (продукции или к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации).

Технические условия (ТУ) являются техническим документом, в котором производитель устанавливает требования к качеству и безопасности конкретного продукта, необходимые и достаточные для идентификации продукта, контроля его качества и безопасности при изготовлении, хранении и транспортировании.

Товарная информация (ТИ) – это сведения о товаре, предназначенные для пользователей – субъектов коммерческой деятельности.

Товарная номенклатура – это систематизированный перечень товаров с системой цифровых кодов, позволяющих представить информацию в удобной форме для сбора, передачи, практической деятельности в автоматизированной системе.

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) используется Федеральной таможенной службой РФ (ФТС России) при таможенном оформлении и контроле товаров, ведении таможенных экономических операций (определении таможенной пошлины, таможенной стоимости, отчетности, планировании и др.), ведении таможенной статистики внешней торговли, изучении товарной структуры внешней торговли.

Товаросопроводительные документы (ТСД) – документы, содержащие необходимую и достаточную информацию для идентификации товарных партий на всем пути товародвижения.

Товарно-транспортная накладная (ТН) – первичный приходный документ, заполняемый поставщиком и предназначенный для информирования получателя о комплексе характеристик товара.

Товарные знаки – обозначения, с помощью которых можно отличить товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров или услуг других юридических или физических лиц.

Точность информации определяется степенью ее близости к реальному состоянию объекта, процесса, явления и т. п.

Транспортная тара – тара, предназначенная для упаковывания, хранения и транспортирования продукции, образующая самостоятельную транспортную единицу.

Упаковка – средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды от загрязнений, а также обеспечивающих процесс обращения продукции.

Штриховая товарная информация – это комплексная форма информации, для которой свойственно кодирование определенных сведений в виде темных штрихов, светлых пробелов и цифр.

Цифровая информация служит чаще всего для дополнения словесной. С ее помощью возможно предоставление потребителю ограниченного перечня специфических сведений о товаре, например: порядковые номера продукции, предприятия, масса нетто, объем, длина, даты изготовления и сроки употребления.

Экологические знаки – знаки, предназначенные для информации об экологической чистоте потребительских товаров или экологически безопасных способах их эксплуатации, использования или утилизации.

Эксплуатационные знаки – знаки, предназначенные для информирования потребителя о правилах эксплуатации, способах ухода, монтажа и наладки потребительских товаров.

Эксплуатационные документы (ЭД) – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о правилах эксплуатации сложнотехнических товаров.

Этикетки (ЭТ) – эксплуатационный документ, предназначенный для изложения основных показателей и сведений, требующихся для эксплуатации изделия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Минько Э. В., Минько А. Э. Теоретические основы товароведения [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО. – Саратов: Профобразование, 2017. 156 с. – 978-5-4488-0148-8. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70617.html>).
2. Райкова Е. Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров. – М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°", 2012. 412 с.
3. Грибанова И. В., Первойкина Л. И. Товароведение: учеб. пособие. Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. 360 с.
4. Мухутдинова С. М., Караулова А. Н. Товароведение и экспертиза плодоовощных товаров: учеб. пособие. – Электрон. текстовые данные. – М.: Рос. тамож. акад., 2015. 158 с.
5. Кременевская М. И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: учебно-методическое пособие / М. И. Кременевская. – Электрон. текстовые данные. – СПб. : Университет ИТМО, 2015. – 97 с.

Дополнительная литература

6. Левкин Г. Г. Товароведение рыбы и рыбных товаров : конспект лекций / Г. Г. Левкин. – Электрон. текстовые данные. – Саратов : Вузовское образование, 2018. – 212 с.
7. Товароведение упаковочных материалов и тары для продовольственных товаров: учебное пособие / Е. А. Стебенева, Н. А. Каширина, Н. В. Байлова [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. – 260 с. – 2227-8397.
8. Товароведение и экспертиза мясных и рыбных товаров: учебно-методическое пособие по выполнению курсовой работы по дисциплине «Товароведение и экспертиза мясных и рыбных товаров» для студентов очной и заочной форм обучения по направлению 38.03.07 «Товароведение» профиля подготовки бакалавров «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров» / И. Н. Пономарева, Е. И. Рыжков, Е. Е. Курчаева, Е. С. Артемов. Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. – 40 с.
9. Закон РФ «О защите прав потребителей» (в ред.ФЗ от 09.01.1996 № 2-ФЗ, от 17.12.1999 № 212-ФЗ, от 30.12.2001 № 196-ФЗ, от 22.08.2004 № 122-ФЗ, от 02.11.2004 № 127-ФЗ, от 21.12.2004 № 171-ФЗ, от 27.07.2006 № 140-ФЗ, от 16.10.2006 № 160-ФЗ, от 25.11.2006 № 193-ФЗ, от 25.10.2007 № 234-ФЗ, от 23.07.2008 № 160-ФЗ, от 03.06.2009 № 121-ФЗ, от 23.11.2009 № 261-ФЗ, от 27.06.2011 № 162-ФЗ, от 18.07.2011 № 242-ФЗ).
10. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
11. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
12. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» (в ред. ФЗ от 30.12.2001 № 196-ФЗ,

от 10.01.2003 № 15-ФЗ, от 30.06.2003 № 86-ФЗ, от 22.08.2004 № 122-ФЗ, от 09.05.2005 № 45-ФЗ, от 31.12.2005 № 199-ФЗ, от 18.12.2006 № 232-ФЗ, от 29.12.2006 № 258-ФЗ, от 30.12.2006 № 266-ФЗ, от 26.06.2007 № 118-ФЗ, от 08.11.2007 № 258-ФЗ, от 01.12.2007 № 309-ФЗ, от 14.07.2008 № 118-ФЗ, от 23.07.2008 № 160-ФЗ, от 27.10.2008 № 178-ФЗ, от 22.12.2008 № 268-ФЗ, от 30.12.2008 № 309-ФЗ, от 28.09.2010 № 243-ФЗ, от 28.12.2010 № 394-ФЗ, от 18.07.2011 № 215-ФЗ, № 242-ФЗ, № 243-ФЗ, от 19.07.2011 № 248-ФЗ, от 07.12.2011 № 417-ФЗ, от 05.06.2012 № 52-ФЗ, от 25.06.2012 № 93-ФЗ).

13. Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. ФЗ от 09.05.2005 № 45-ФЗ, от 21.07.2011 № 255-ФЗ).

14. ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования» (вступил в силу 01.07.2012).

15. ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки» (вступил в силу 01.07.2012).

16. ТР ТС 006/2011 «О безопасности пиротехнических изделий» (вступил в силу 15.02.12 г.);

17. ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» (вступил в силу 01.07.2012).

18. ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек».

19. ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» (вступил в силу 01.07.2012).

20. ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности» (вступил в силу 01.07.2012).

21. ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» (вступает в силу 01.07.2013).

22. ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» (вступает в силу 01.07.2013).

23. ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей» (вступает в силу 01.07.2013).

24. ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию» (вступает в силу 01.07.2013).

25. ТР ТС 025/2011 «О безопасности мебельной продукции» (вступает в силу 01.07.2014).

26. ТР ТС 027/2011 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания» (вступает в силу 01.07.2013).

27. ТР ТС 029/2011 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» (вступает в силу 01.07.2013).

28. ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования».

29. ГОСТ Р 53598-2009 «Продукты пищевые. Рекомендации по этикетированию».

30. ГОСТ 7.60-2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения».

31. ГОСТ 7.83-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения».

32. ГОСТ Р 1.1-2002 «Межгосударственная система стандартизации. Термины и определения».

33. ГОСТ 2.114-95 «ЕСКД. Технические условия».
34. ГОСТ Р 51740 «Технические условия на пищевые продукты».
35. Калачев С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы. – М.: Издательство Эрайт, 2012. – 463 с.
36. Родионова И.Н., Ковалева А.Е., Сергеева Е.А. Информационное обеспечение товароведения и экспертизы товаров. – Старый Оскол: ТНТ, 2014. – 240 с.

Электронные ресурсы

37. www.stq.ru. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество»
38. www.spros.ru. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос».
39. <http://ozpp.ru/laws/zpp.php>(Закон о защите прав потребителей)
40. <http://www.customs.ru/>(сайт Федеральной таможенной службы)
41. <http://www.government.ru> (интернет-портал Правительства РФ)
42. <http://www.tks.ru/> (Таможня для всех)
43. <http://www.gost.ru/> Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии.
44. <http://www.rosпотребнадзор.ru/> Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека
45. <http://www.spros.ru/> Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос».
46. <http://www.ozpp.ru/> Официальный сайт Общества защиты прав потребителей.
47. <http://www.asq.org/>. – Официальный сайт Американского общества качества

СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ



СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

№ РОСС ТW.АИ30.В16154

Срок действия с 20.09.2011 по 17.09.2014

№ **0640610**

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ per. № РОСС RU.0001.11АИ30.ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ "ИВАНОВО-СЕРТИФИКАТ" ООО "ИВАНОВСКИЙ ФОНД СЕРТИФИКАЦИИ". 153032, г. Иваново, ул. Станкостроителей, дом 1, тел. (4932) 23-97-48, факс (4932) 23-97-48, E-mail mail@i-f-s.ru.

ПРОДУКЦИЯ Электрические компьютерные сетевые устройства обработки сигналов (коммутация, преобразование, маршрутизация, передача), торговой марки "D-Link", модели и аксессуары к ним согласно приложению (бланки № 0505343, № 0505344).
 Серийный выпуск.

код ОК 005 (ОКП):

40 3500

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ

ГОСТ Р МЭК 60950-1-2009, ГОСТ Р 51318.22-99 (СИСПР 22-99),
 ГОСТ Р 51318.24-99 (СИСПР 24-97), ГОСТ Р 51317.3.2-2006
 (МЭК 61000-3-2:2005) (Разд. 6, 7), ГОСТ Р 51317.3.3-2008
 (МЭК 61000-3-3:2005).

код ТН ВЭД России:

См. приложение

ИЗГОТОВИТЕЛЬ Фирма "D-Link Corporation".

Адрес: No.289, Shinhu 3rd Rd., Neihu District, Taipei, Тайвань (Китай).
 Заводы фирмы-изготовителя согласно приложению (бланк № 0505344).

СЕРТИФИКАТ ВЫДАН

Фирма "D-Link Corporation".
 Адрес: No.289, Shinhu 3rd Rd., Neihu District, Taipei, Тайвань (Китай).

НА ОСНОВАНИИ Протокол испытаний № 110920/П-05И от 20.09.2011 г. - ИЛ "Ивановский Центр сертификации" ООО "Ивановский Фонд Сертификации" (Атт. аккр. № РОСС RU.0001.21АЮ21), 153032, г. Иваново, ул. Станкостроителей, д. 1. Протокол испытаний № 110-47-09/11 от 19.09.2011 г. - Испытательная лаборатория электротехнических изделий "Эксперт" (Атт. аккр. № РОСС RU.0001.21МЛ36), 144001, Московская обл., г. Электросталь, Строительный пер., д. 9.
 Сертификат системы менеджмента качества ISO 9001:2008 № 01 100 822 043629 от 01.11.2010 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Место нанесения знака соответствия: на изделии и в товаросопроводительной документации. Допускается маркирование части продукции знаком соответствия с кодом органа по сертификации АЯ46.
 Схема сертификации: 3.



Руководитель органа
 (Заместитель руководителя)
 Эксперт

(Handwritten signature)

 подпись

Уткин С.А.
 инициалы, фамилия

Уткин А.П.
 инициалы, фамилия

Сертификат имеет юридическую силу на всей территории Российской Федерации

СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ



СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

№ РОСС ВУ.АВ28.Н16704

Срок действия с 23.04.2014 по 22.04.2017

№ **1599140**

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ рег. № РОСС RU.0001.11AB28 **ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "СЕРКОНС"**, 115114, г. Москва, ул. Дербеневская набережная, д. 11, пом. 60. Телефон (495) 782-1708, e-mail: info@serconsrus.com.

ПРОДУКЦИЯ Полотно фильтровальное глубокой очистки воздуха класса очистки G1, G2, G3, G4, F5, F6.
 Серийный выпуск.

код ОК 005 (ОКП):

83 9700

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ
 ГОСТ Р ЕН 779-2007

код ТН ВЭД России:

5603 92 900 0

ИЗГОТОВИТЕЛЬ УП «Уминекс».

Адрес: 212021, г. Могилев, ул. Алтайская, 4Б, Республика Беларусь.
 Телефон +375 (222) 45 62 37, факс +375 (222) 45 62 37.

СЕРТИФИКАТ ВЫДАН УП «Уминекс».

Адрес: 212021, г. Могилев, ул. Алтайская, 4Б, Республика Беларусь.
 Телефон +375 (222) 45 62 37, факс +375 (222) 45 62 37.

НА ОСНОВАНИИ протокола сертификационных испытаний № 9022 от 21.04.2014 г.
 Испытательный центр ООО «АКАДЕМСИБ», аттестат аккредитации № РОСС RU.0001.21AB09 от 01.08.2011 до 01.08.2016, адрес: 630024, Новосибирская обл., г. Новосибирск, ул. Бетонная, д. 14

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ Схема сертификации: 3.



Руководитель органа

Эксперт

(Handwritten signatures)
 подпись
 подпись

А.А. Григорьев

инициалы, фамилия

Н.Ю. Петрова

инициалы, фамилия

Сертификат не применяется при обязательной сертификации

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ
(обязательная сертификация)

№ С-СА.ПБ37.В.00158 ТР 0622997
(номер сертификата соответствия) (учетный номер бланка)

ЗАЯВИТЕЛЬ ООО «Джетта Строй». Адрес: 111024, г. Москва, Шоссе Энтузиастов, 14. ОГРН:
(наименование и местонахождение заявителя) 1027739250043. Телефон (495) 514-08-86, факс (495) 514-08-87.

ИЗГОТОВИТЕЛЬ "Mitten inc.". Адрес: P.O. Box 2005, 70 Curtis Ave. North Paris, Ontario, N3h 3T2.,
(наименование и местонахождение изготовителя продукции) Канада. Телефон 1-800-265-0774, факс 1-519-753-4666.

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ОС "НПО ПОЖЦЕНТР" ООО "НПО ПОЖЦЕНТР". 115408, г.
(наименование и местонахождение органа по сертификации, выданного сертификат соответствия) Москва, ул. Советская, д. 15, стр. 1, тел. (495) 673-79-33, факс (495) 673-13-27. ОГРН: 1077759457489. Аттестат рег. № ССПБ.RU.ПБ37 выдан 23.04.2009г. МЧС

РОССИИ. ПОДТВЕРЖДАЕТ, ЧТО ПРОДУКЦИЯ САЙДИНГ ВИНИЛОВЫЙ марки «MITTEN» серии:
(информация об объекте сертификации, позволяющая идентифицировать объект) «Oregon Pride», «Sentry», «Estate», «Тайга», (толщина 1,0-1,2 мм). Серийный выпуск.

код ОК 005 (ОКIP)
57 7211

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГЛАМЕНТА (ТЕХНИЧЕСКИХ РЕГЛАМЕНТОВ)

(наименование технического регламента (технических регламентов), на соответствие требованиям которого (которых) проводится сертификация)

Технический регламент о требованиях пожарной безопасности (Федеральный закон от 22.07.2008 N 123-ФЗ). Класс пожарной опасности строительных материалов КМЗ: группа

код ЕКПС

код ТН ВЭД России
3925 90 800 0

умеренногорючие (Г2), группа умеренновоспламеняемые (В2), группа с высокой дымообразующей способностью (Д3), группа по токсичности продуктов горения умеренноопасные (Т2).

ПРОВЕДЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ (ИСПЫТАНИЯ) И ИЗМЕРЕНИЯ 26.03.2009
Отчет об испытаниях № 589/РС от 02.04.2010 г. НИЛ ПВБ ООО "НПО ПОЖЦЕНТР", рег. № ССПБ.RU.ИН.153 от

ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ ДОКУМЕНТЫ Сертификат пожарной безопасности № ССПБ.СА.ОП078.В.00254 от 29.04.2009 г.

(документы, представленные заявителем в орган по сертификации в качестве доказательств соответствия продукции требованиям технического регламента (технических регламентов))

СРОК ДЕЙСТВИЯ СЕРТИФИКАТА СООТВЕТСТВИЯ с 12.04.2010 по 11.04.2013



Руководитель (заместитель руководителя) органа по сертификации
подпись, инициалы, фамилия

В.Ю. Шитиков

Эксперт (эксперты)
подпись, инициалы, фамилия

В.А. Литвинов

ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ

СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

№ TC RU C-RU.AB24.B.01585

Серия RU № **0195215**

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "СЕРТИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ "СТАНДАРТ-ТЕСТ": Юридический адрес: 121471, город Москва, Можайское шоссе, дом 29. Фактический адрес: 121359, город Москва, улица Маршала Тимошенко, дом 4, офис 1. Телефон (495) 741-59-32, (499) 726-30-02, факс (499) 726-30-01, адрес электронной почты info@standart-test.ru. Аттестат аккредитации № РОСС RU.0001.11AB24 выдан 25.04.2013 ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБой ПО АККРЕДИТАЦИИ "РОСАККРЕДИТАЦИЯ".

ЗАЯВИТЕЛЬ Общество с ограниченной ответственностью «Информационные горные технологии». ОГРН: 1036603986220. Место нахождения: 620144, город Екатеринбург, улица Хохрякова, 100, офис 1, Российская Федерация. Фактический адрес: 620072, город Екатеринбург, улица Бетонщиков, 5 литера 7, Российская Федерация. Телефон +73432577276, факс +73432574787, адрес электронной почты info@ingortech.ru.

ИЗГОТОВИТЕЛЬ Общество с ограниченной ответственностью «Информационные горные технологии». Место нахождения: 620144, город Екатеринбург, улица Хохрякова, 100, офис 1, Российская Федерация. Фактический адрес: 620072, город Екатеринбург, улица Бетонщиков, 5 литера 7, Российская Федерация.

ПРОДУКЦИЯ Многофункциональные энергосберегающие светодиодные светильники стационарные МЭСС ab.cde.fgh.ijk, модельный ряд: согласно приложению на 2-х листах (бланки №№ 0174241, 0174242). Продукция изготовлена в соответствии с ТУ 3461-010-44645436-2014 "Многофункциональный энергосберегающий светодиодный светильник МЭСС". Серийный выпуск.

КОД ТН ВЭД ТС 9405

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ ТР ТС 004/2011 "О безопасности низковольтного оборудования"
ТР ТС 020/2011 "Электромагнитная совместимость технических средств"

СЕРТИФИКАТ ВЫДАН НА ОСНОВАНИИ Протоколов испытаний №№ 43ТС-10/2014, 43ТС/1-10/2014, 43ТС/2-10/2014, 43ТС/3-10/2014 от 16.10.2014 ИЦ ООО "ЕВРОСТАН", аттестат аккредитации № РОСС RU.0001.21AB76 от 07.02.2013 до 28.10.2016.
Акта о результатах анализа состояния производства № 1705 от 02.10.2014 органа по сертификации ООО «Сертификация продукции «Стандарт-Тест», регистрационный № РОСС RU.0001.11AB24 до 20.05.2016, 121471, город Москва, Можайское шоссе, дом 29

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ Условия хранения продукции в соответствии с ГОСТ 15150-69. Срок хранения (службы, годности) указан в прилагаемой к продукции товаросопроводительной и/или эксплуатационной документации. Маркировка единым знаком обращения на рынке. Изображение и размеры в соответствии с Положением о едином знаке обращения продукции на рынке государств - членов Таможенного союза, утвержденным Решением Комиссии Таможенного союза от 15 июля 2011 года №711.

21.10.2014

ПОДПИСАТЕЛЬ

Директор (уполномоченное лицо) органа по сертификации

Эксперт (эксперт-аудитор)
(эксперты (эксперты-аудиторы))

ПО

20.10.2019

ВКЛЮЧИТЕЛЬНО

(Подпись)

(Подпись)

Л.В. Козийчук
(инициалы, фамилия)

Л.И. Тенетилова
(инициалы, фамилия)



Бланк изготовлен ЗАО "СПЕЦПЭИ" www.spetspei.ru (лицензия № 05-05-01003 ФНС РФ) тел. (495) 726 4742, Москва, 2013



**ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Агентство Республики Казахстан по защите прав потребителей
Заместитель Председателя Агентства Республики Казахстан по защите прав потребителей

(уполномоченный орган Стороны, руководитель уполномоченного органа, наименование административно-территориального образования)

**СВИДЕТЕЛЬСТВО
о государственной регистрации**

№ KZ.16.01.70.001.E.000452.04.14 от 29.04.2014 г.

Продукция:

Средства косметические для детей торговой марки "Cheektales": губная помада, лак для ногтей, тени для век, блески для губ и глаз. Изготовлена в соответствии с документами: Сертификат ISO 9001:2008. Изготовитель (производитель): "Shantou Cnenghai Kaliti Toys Industru CO., Ltd.", New Industrial District, Waipo, Fengxiang Street, Chenghai District, Shantou City, Guangdong Province, P.R. China, Китайская Народная Республика. Получатель: ООО "Логистик-Софт", 630015, Новосибирская область, город Новосибирск, улица Королёва, дом 40, Российская Федерация.

(наименование продукции, нормативные и (или) технические документы, в соответствии с которыми изготовлена продукция, наименование и место нахождения изготовителя (производителя), получателя)

соответствует

"Единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю)" от 28.05.2010г. №299 прошла государственную регистрацию, внесена в Реестр свидетельств о государственной регистрации и разрешена для производства, реализации и использования в качестве косметической продукции для детей

Настоящее свидетельство выдано на основании (перечислить рассмотренные протоколы исследований, наименование организации (испытательной лаборатории, центра), проводившей исследования, другие рассмотренные документы):

Протокол испытаний ИЦ Орехово-Зуевского филиала ФБУ "ГРЦ СМИ в Московской области" №739/739-СС-14 - 742/742-СС-14 от 01.04.2014г.

Срок действия свидетельства о государственной регистрации устанавливается на весь период изготовления продукции или поставок подконтрольных товаров на территорию таможенного союза

Подпись, ФИО, должность уполномоченного лица, выдавшего документ, и печать органа (учреждения), выдавшего документ

Ж.Бекшин
(Ф.И.О. / подпись)



№ 0030447

Учебное издание

**Антинескул Екатерина Александровна
Буркова Елена Витальевна
Ясырева Анна Александровна**

Товароведение и экспертиза товаров

Учебное пособие

Редактор *Л. В. Хлебникова*
Корректор *Л. В. Демидова*
Компьютерная верстка: *Е. А. Антинескул*

Объем данных 5,51 Мб
Подписано к использованию 20.11.2023

Размещено в открытом доступе
на сайте www.psu.ru
в разделе НАУКА / Электронные публикации
и в электронной мультимедийной библиотеке ELiS

Управление издательской деятельности
Пермского государственного
национального исследовательского университета
614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15