КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ ЭКСПЕРТИЗЫ

Оргтехника

(комьютор и т.д)

 калькуляторы, )

дополнительные

Доку менты

 А. назначение

Материально-техническая база

маркировка

оргтехника

Материально- техническая база

Средства информации о товаре

Стационарные

, передвижные

Оргтехника (Калькуляторы, Компьютер и тю)

Средства измерения климатического режима хранен я (психрометр, ареометр т.д)

Средств а измерения физической величины (обьем, масса)

 Б. Средства для экспертизы

Средства для экспертизы

КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ ЭКСПЕРТИЗЫ

Оргтехника

(комьютор и т.д)

 калькуляторы, )

дополнительные

Доку менты

 А. назначение

Материально-техническая база

оргтехника

Материально- техническая база

Средства информации о товаре

Оргтехника (Калькуляторы, Компьютер и тю)

Средства измерения климатического режима хранен я (психрометр, ареометр т.д)

)

 Б. Средства для экспертизы

Средства для экспертизы

***Виды и средства информации о товарах***

 А, Назначения

Достоверность

 Доступность

Достаточность

Б. Требование к информации

Потребительская товарная информация (безопасность, надежность и тд)

Коммерческая информация (доп. осн. информацию)

Основополагающая информация (сотр, масса наимен . товарара изготовитель)

Условные, обознач (кол-во и тд)

 колич )

Ценник

Кассовый чек

Товарный чек

 Б Группы товарной информации

Клейма и штампы

Контрольные ленты

Ярлыки и бирки

Карьеретка

Этикетка

Вкладыш

 Маркировка товаров

Реклама (буклеты, каталоги , листовки)

Информационные ресурсы ( сопров док, Гост)

Специальная каталоги литература ( словари)

***Виды и средства информации о товарах***

 А, Назначения

Достоверность

Достаточность

Б. Требование к информации

Коммерческая информация (доп. осн. информацию)

тд)

 колич )

Ценник

Товарный чек

 Б Группы товарной информации

Клейма и штампы

Контрольные ленты

Ярлыки и бирки

 Маркировка товаров

Информационные ресурсы ( сопров док, Гост)

Специальная каталоги литература ( словари)

***Виды и средства информации о товарах***

 А, Назначения

Достоверность

 Доступность

Достаточность

Б. Требование к информации

Потребительская товарная информация (безопасность, надежность и тд)

Коммерческая информация (доп. осн. информацию)

Основополагающая информация (сотр, масса наимен . товарара изготовитель)

Условные, обознач (кол-во и тд)

 колич )

Ценник

Кассовый чек

Товарный чек

 Б Группы товарной информации

Клейма и штампы

Контрольные ленты

Ярлыки и бирки

Карьеретка

Этикетка

Вкладыш

 Маркировка товаров

Реклама (буклеты, каталоги , листовки)

Информационные ресурсы ( сопров док, Гост)

Специальная каталоги литература ( словари)

***Виды и средства информации о товарах***

 А, Назначения

Достоверность

 Доступность

Достаточность

Б. Требование к информации

Потребительская товарная информация (безопасность, надежность и тд)

Коммерческая информация (доп. осн. информацию)

Основополагающая информация (сотр, масса наимен . товарара изготовитель)

Условные, обознач (кол-во и тд)

 колич )

Ценник

Кассовый чек

Товарный чек

 Б Группы товарной информации

Клейма и штампы

Контрольные ленты

Ярлыки и бирки

Карьеретка

Этикетка

Вкладыш

 Маркировка товаров

Реклама (буклеты, каталоги , листовки)

Информационные ресурсы ( сопров док, Гост)

Специальная каталоги литература ( словари)

Качественная маркировка товара в настоящее время не только содержит информацию о продукте, но и делает узнаваемой фирму-изготовителя с первого взгляда. Поэтому выбирая товар, среди множества, покупатель ориентируется не столько на продукцию, сколько на ее производителя. Маркировка товара должна уметь «продавать». Маркировкасегодня является неотъемлемой частью производства. Она помогает идентифицировать продукцию, формировать ее имидж, стимулировать сбыт. Играет значительную роль в увеличении популярности товара, и соблюдении закона о защите прав потребителей (дата изготовления, срок годности), а также помогает защититься от подделок. Предприятие, грамотно наносящее маркировку на товар, может успешно вести учет выпускаемой продукции, а также отслеживать ее движение. Маркировка товара осуществляется с помощью этикеток, которые печатаются на специальных принтерах. Существует два способа печати этикеток: термопечать и термотрансферная печать. Первая осуществляется на этикетках товара с маленьким сроком реализации (например, продуктах), т. к. ее неустойчивость к внешним воздействиям снижает срок годности до 3-6 месяцев. Термотрансферная печать использующаяся для маркировки товаров, обладает более длительным сроком службы, подходит для продукции с большим сроком реализации. Но по стоимости оборудование гораздо дороже простых термопечатных принтеров.

**1. Маркировка**

**Функции маркировки**. Маркировка - текст, условные обозначения или рисунок, нанесенное на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения информации до потребителя об изготовителях (исполнителях), количественных и качественных и характеристиках товара.

Основными функциями маркировки являются: информационная и идентифицирующая; мотивационная; эмоциональная.

**Информационная функция** маркировки как одного из средств товарной информации является основной. Это определяет соотношение между разными видами информации. Наибольший удельный вес приходится на основополагающую и потребительскую ин формацию, меньший - на коммерческую. При этом основополагающая информация на маркировке дублирует тот же вид информации в ТСД. Несовпадение данных основополагающей ин формации на маркировке и в ТСД может явиться 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 она является практически единственно доступным средством товарной ин формации, поэтому в ней удельный вес коммерческой информации значительно меньше.

**Идентифицирующая функция** маркировки обусловлена определениями терминов «идентификация» и «маркировка», которые мы находим в проекте Федерального закона «Об упаковке и маркировке потребительских товаров, реализуемых в сфере торговли и услуг»: «Идентификация товара - установление соответствия на именования товара, указанного на маркировке и (или) в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям». Определение маркировки приведено выше.

**Эмоциональная и мотивационная** функции маркировки взаимно связаны. Красочно оформленная маркировка, поясняющие тексты, применение общепринятых символов вызывают у потреби теля положительные эмоции и служат важной мотивацией для принятия решения о покупке товара. Это очень хорошо знают изготовители импортных товаров, красочная маркировка которых привлекает покупателей, особенно если эти товары приобретаются впервые

**Производственная маркировка** - текст, условные обозначение или рисунок, нанесенные изготовителем (исполнителем) на товар (или) упаковку и (или) другие носители информации. Носителями производственной маркировки могут быть этикетки вкладыши. ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы, кольеретки и др.

**Этикетки** наносятся типографским или иным способом на товар или упаковку, кроме того, они могут быть самостоятельным носителем информации, приклеиваемым или прикладываемым к товару. Этикетки отличаются значительной информационной емкостью. Кроме текста, они часто содержат изображения, символы. Из всех носителей маркировки сведения на этикетках наиболее обширные по количеству характеризуемых признаков. Маркировка на этикетках может содержать пояснительные тексты.

**Кольеретки** - этикетки особой формы, наклеиваемые на горлышко бутылок. Кольеретки не несут большой информационной нагрузки, а выполняют в основном назначение эстетического оформления бутылок; они применяются вместе с основной этикеткой на бутылках для алкогольных, безалкогольных напитков и пива, самостоятельного значения не имеют.

**Вкладыши** - это разновидность этикеток, отличающаяся направленностью товарной информации и предназначенная для сообщения кратких сведений о наименовании товара, изготовителе (наименовании организации, номера 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 последних рекламная функция не является основной, а реализуется через характеристику товара.

**Ярлыки и бирки** - носители маркировки, приклеиваемые, прикладываемые или подвешиваемые к товару. Для них характерны меньшая информационная емкость, ограниченный перечень сведений отсутствие рисунков. Бирки сличаются от ярлыков меньшей информативностью.

**Контрольные ленты** - это носители краткой дублирующей товарной информации, расположенной на ленте небольшого размера и предназначенной для контроля или восстановления сведений о в случае утраты этикетки, бирки или ярлыка.

**Клейма и штампы** - носители информации, предназначенные для идентифицирующих условных обозначений на товары, упаковку, этикетки, наносимые с помощью специальных приспособлений установленной формы. Различают клейма и штампы в зависимости от места нанесения - производственные и торговые; от назначения - ветери-, товароведные, карантинные и пр.; от формы - овальные, прямоугольные, квадратные, треугольные, ромбовидные. Клеймение и штампование как способ маркирования применяется для отдельных продовольственных и непродовольственных товаров, для мяса и мясопродуктов, включая субпродукты и жир сырец, ветеринарное клеймение мяса является обязательным.

**Торговая маркировка** - текст, условные обозначения или рисунок нанесенные продавцом на товарные или кассовые чеки, упаковку и (или) товар. Носителями торговой маркировки служат ценники, товарные и кассовые чеки, счета, меню, штампы, а также упаковка. И отличие от производственной торговая маркировка наносится не на товар, а на указанные носители или эксплуатационные документы. Другое отличие торговой маркировки заключается в том, что ее идентифицирующая функция в большей мере связана с указанием данных о продавце, в меньшей - с информацией о товаре.

Благодаря идентифицирующей функции отдельные носители торговой маркировки служат основанием для предъявления претензий продавцу в случае выявления дефектов товаров и нанесения ущерба потребителю. Предусматриваются следующие требования к содержанию ос ионных носителей торговой маркировки.

**Товарный чек:** наименование продавца, его торговый знак, на именование товара, его размерные характеристики (масса, объем длина и др.), дата реализации, цена.

**Кассовый чек:** наименование продавца (магазина или другой торговой организации), номер кассового аппарата, дата продажи стоимость каждой покупки.

**Товарный ценник:** наименование товара, его изготовителя, сорт срок годности, цена товара за единицу измерения.

Не запрещается указывать и другие сведения (например, фирменные знаки, адреса, телефоны продавцов и пр.).

Кассовые чеки и товарные ценники являются обязательными для всех реализуемых товаров в организациях розничной и мелкорозничной торговли, общественного питания. Разрешается реализация товаров без применения контрольно-кассовых машин и вручения покупателю кассового чека при некоторых формах мелкорозничной торговли, 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. Товарные чеки применяются только при продаже непродовольственных товаров, причем Правилами установлен обязательный порядок выдачи товарного чека с обозначением номера (названия) магазина, даты покупки, артикула, сорта, цены только при реализации радиотоваров и электробытовых товаров вместе с погашенным кассовым чеком. При продаже тканей, одежды и обуви покупателю вместе с товаром в обязательном порядке выдается кассовый или товарный чек с обозначением реквизитов предприятия, даты покупки, цены.

**Счета**в торговле обычно выписываются при покупке крупногаборитных товаров, доставляемых покупателю на дом. В этом случае они выполняют одновременно функции носителей товарной маркировки и товарно-сопроводительного документа. В счетах указываются наименование продавца, комплектность, и стоимость покупки, ставится штамп об оплате. После доставки товара покупатель удостоверяет подписью получение товара

иногда и указывает количество единиц в комплекте. Счета не являются обязательными документами. Они служат подтверждением оплаты покупки покупателем и основанием для предъявления претензий при выявлении дефектов товара, не оговоренных продавцом.

В общественном питании носителями товарной маркировки служат меню и счета.

**Структура маркировки*.*** Оптимальная структура маркировки включает в себя:

1. Словесную информацию (текст), который может занимать от 50% до 100% площади маркировки. Цифровая информация, которая применяется в сочетании с текстовой информацией также входит в эти проценты.

2. Изобразительная информация которая в виде рисунков, фотографии и репродукций может занимать от 0% до 50% площади маркировки.

3. Символическая информация в виде информационных знаков и штриховой товарной информации (вместе с цифрами, которые также входят в состав штрих-кодов) может занимать от 0% до 30% площади маркировки.

**2. Информационные знаки**

**Товарные знаки и знаки обслуживания** (далее - товарный знак) - обозначения, с помощью которых можно отличить соответственно товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг (далее - товары) других юридических или физических лиц. Определение этого термина, а также другие правовые нормы и правила в отношении товарных знаков регламентируются Федеральным законом от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»1 (приложение 1). В нем указывается, что правовая охрана товарного знака обеспечивается на основании его государственной регистрации в установленном порядке. Право на товарный знак охраняется законом.

На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство, которое удостоверяет приоритет товарного знака, исключительное право владельца на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве. Закон предусматривает исключительное право владельца на товарный знак, а также на пользование, распоряжение и запрещение его использования другими лицами: «никто не может использован, охраняемый в Российской Федерации товарный знак без разрешения его владельца» Регистрация товарного знака осуществляется Патентным ведомством в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации в течение месяца с даты получения документа об уплате установленной пошлины. Регистрация товарного знака действует в течение десяти лет, начиная с даты поступления заявки в Патентное ведомство. Срок действия регистрации товарного знака может быть продлен по заявлению владельца, поданному в течение последнего года ее действия, каждый раз на десять лет.

«Действие регистрации товарного знака может быть прекращено досрочно полностью или частично на основании решения Высшей патентной палаты, принятого по заявлению любого лица, в связи с неиспользованием товарного знака непрерывно в течение пяти лет с даты регистрации или пяти лет, предшествующих подаче такого заявления»

Классификация товарных знаков. Товарные знаки в зависимости от объекта, информацию о котором они содержат, подразделяются на подгруппы - фирменные и ассортиментные (именные), а последние на типы - видовые и марочные.

Фирменные ТЗ - знаки, предназначенные для идентификации изготовителя товаров или услуг. По форме представления информации они бывают чаще всего словесными и изобразительные и комбинированные.

Типы обозначения фирменных знаков:

1. Фирменное имя

2. Фирменный знак

3Торговый знак (если зарегистрирован в Международном реестре и защищен юридически

R, если товарный знак является собственностью фирмы то С

Обыкновенные фирменные знаки разрабатываются их владельцами, а престижные присваиваются за их особые заслуги государством. (медали и т.д.)

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