**СОДЕРЖАНИЕ:**

1. **Структура маркировки. Информационные знаки, применяемые для маркировки товаров**
2. **Уровень качества товаров: понятие, методы оценки**

**Список использованных источников**

1. Структура маркировки. Информационные знаки, применяемые для маркировки товаров

К средствам товарной информации относят:

* + маркировку;
  + технические документы;
  + нормативные документы;
  + справочная, научная литература;
  + реклама и пропаганда товаров.

*Маркировка* – это условные обозначения и данные, которые наносятся на товар и/или упаковку.

Маркировка выполняет следующие функции:

* + информационная;
  + идентифицирующая;
  + эмоциональная;
  + мотивирующая.

Все эти функции взаимосвязаны, так как красочно оформленная маркировка вызывает положительные эмоции, что служит мотивацией для приобретения товара.

Структура товарной маркировки включает в себя следующие 3 элемента:

1. текст (50 – 100%);
2. рисунок;
3. условные обозначения (информационные знаки).

Выделяют следующую классификацию *информационных знаков*:

1. Товарные знаки и знаки обслуживания. В соответствии с законом РФ "О товарных знаках, знаках обслу­живания и наименовании мест происхождения товаров", принятом в 1992 г., товарный знак - обозначение, способное отличать соответственно товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц.

Несмотря на то что общая идея, заложенная в определении то­варного знака, понятна и не вызывает сомнений, его часть, касающая­ся однородности товаров и услуг, может быть если и не оспорена, то поставлена под сомнение. Это связано с тем, что сам термин допускает различные трактовки. Данный пункт - один из наиболее слабо прора­ботанных не только в российском, но и в зарубежном законодатель­стве, поскольку он допускает разные, резко отличающиеся друг от друга интерпретации.

Во-первых, товары могут иметь одно и того же функциональ­ное назначение, которое, в свою очередь, определяется с различной степенью точности. Например, средство передвижения, более узко - автомобиль, еще более узко - легковой автомобиль, еще более узко -малолитражный автомобиль, наконец, малолитражный автомобиль, производимый фирмой N.

Во-вторых, однородными могут быть товары-заменители (что от­нюдь не тождественно вышеприведенному определению). Для этого не­обходимо, чтобы коэффициент перекрестной эластичности спроса на один товар по цене другого был больше нуля. Как правило, данное условие будет соблюдаться в том случае, если товар является "нормальным"[[1]](#footnote-1).

В-третьих, рассматриваемые товары просто могут входить в бюд­жет среднего потребителя (и с этой точки зрения сопутствующий товар также может считаться однородным) и выступать как одно­родные постольку, поскольку конкурируют за кошелек потребителя. Данный вариант определения будем считать экстремальным.

В-четвертых, однородными могут быть признаны идентичные товары, которые по своим полезным свойствам не различаются потре­бителями (в частности, при отсутствии упаковки). Иными словами, последнее свойство предполагает, что товары являются сходными до степени смешения (хотя объективно - по своим физико-химическим свойствам - они вполне могут различаться).

В-пятых, возможно одновременное применение двух критериев как взаимодополняющих. В частности, товары должны быть родствен­ными не только по потреблению (однородность функционального на­значения), но и по производству (сходство технологических процессов).

Международная классификация товаров и услуг (МКТУ) для регистрации товарных знаков, принятая в соответствии с подписан­ным в Ницце в 1973 г. соглашением, допускает ситуации, когда однород­ными, то есть принадлежащими одному и тому же классу, признаются товары, которые с точки зрения технологии потребления являются взаимодополняющими.

*По формам выражения* выделяют:

* словесные товарные знаки товарные знаки в форме слова (слов),

представляющего имена известных людей, назва­ния животных, небесных тел, вымышленные слова;

* изобразительные товарные знаки - обозначения в виде различных

рисунков, символов, значков, изображений предметов, животных;

* объемные - трехмерные изображения;
* комбинированные товарные знаки - обозначения, соче­тающие в себе как

минимум элементы двух из трех типов товарных знаков: словесных, изобразительных и объемных.

В качестве отдель­ной категории можно выделить также звуковые товарные знаки.

*По основаниям использования*: индивидуальные и коллективные, а также в отдельных случаях находящиеся в совместном владе­нии[[2]](#footnote-2).

Индивидуальный товарный знак - обозначение, зарегистриро­ванное на имя отдельного юридического или физического лица, зани­мающегося предпринимательской деятельностью.

Коллективный то­варный знак - знак союза, хозяйственной ассоциации или иного доб­ровольного объединения предприятий, предназначенный для обозна­чения выпускаемых и/или реализуемых ими товаров, обладающих едиными качественными характеристиками.

*По степени известности*:

* общеизве­стный товарный знак - товарный знак, известный большей части

на­селения и ассоциирующийся в его сознании с определенными това­рами и услугами, производителем которых является конкретное пред­приятие. Правовая охрана ограничена однородными товарами.

* пред­лагается также выделять в качестве особой категории знаменитые

товарные знаки. Знаменитым считается товарный знак, который изве­стен большей части населения, ассоциируется с определенными ви­дами товаров и услуг, а защита предоставляемых им прав распро­страняется на все товарные группы;

*По географическому охвату*: локалъные (региональные), национальные и международные;

*По происхождению (времени/месту создания)*: отечественные, ино­странные, причем отечественные могут быть разделены на несколько категорий в зависимости от времени создания - старые российские, советские и новейшие российские. В свою очередь, последние могут быть классифицированы на российские и псевдоиностранные[[3]](#footnote-3).

Товарный знак включает в себя:

1. фирменный товарный знак – предназначен для идентификации изготовителя. Типы обозначения фирменных товарных знаков:
   * фирменное слово;
   * фирменный знак;
   * торговый знак – фирменное имя или фирменный знак, официально зарегистрированные в международном реестре;
2. ассортиментный товарный знак – для идентификации ассортиментной принадлежности;
3. коллективный товарный знак – товарный знак союза, хозяйственной ассоциации или другого добровольного объединения предприятий, которые предназначены для обозначения выпускаемых ими или реализуемых товаров;
4. знаки – наименования мест происхождения товаров – имя страны, населения, местности для обозначения товаров и акцентирования внимания на его их потребительских свойствах. Данная группа информационных знаков делится на международные и национальные. Знаки – наименования мест происхождения товаров указываются в товаросопроводительной документации
5. Знаки соответствия и качества – это защищаемые в установленном порядке знаки, которые применяются в соответствии с правовыми системами сертификации. Эти знаки показывают, что продукция или услуга соответствуют какому – либо конкретному стандарту. Различают:
   * национальные: общие и групповые (на продовольственные товары, продукцию сельского хозяйства);
   * транснациональные (региональные) – показывают соответствие требованиям международных стандартов на основе взаимного признания результатов сертификации;

3. Штриховой код применяется для автоматической идентификации и учета информации. В настоящее время применяется большое количество раз­личных по типу стандартов штриховых кодов, называемых символиками. Условно они подразделяются на две группы: то­варные и технологические.

*Товарные штриховые коды* используются для идентифи­кации производителей товаров. Они разработаны Междуна­родной ассоциацией EAN. В России организацией, осуществляющей поддержку стандарта, является ассоциация ЮНИСКАН.

К концу 1994 году в ЮНИСКАН было зарегистрировано чуть более 200 отечественных предприятий, которым разрешено кодировать свою продукцию в рамках международной системы EAN. В это число входят, помимо российских, также фирмы, объединения, комбинаты Беларуси, Латвии, Украины. Однако их доля в общем списке невелика. Членами ЮНИСКАН являются как «тяжелые», так и «легкие» предприятия. Например, фирма «Мейкер» - комплектующие для компьютеров;

фабрика «Дукат» - табачные изделия; ПО «Звезда» -пластмассовые сборные модели, игрушки; комбинаты «Красный Октябрь», «Калев» - кондитерские изделия.

Право ставить код на свои изделия имеют только те предприятия, что зарегистрированы в ЮНИСКАН. В противном случае использование штрих-кода является нарушением международных правил и влечет за собой судебные санкции.

*Технологические штриховые коды* наносятся на любые объек­ты для автоматизированного сбора информации о их переме­щении и последующего применения потребителями. Эти коды могут использоваться отдельно или вместе с товарными кода­ми EAN и преследуют цель предоставить дополнительную ин­формацию о продукции. Так, на телевизоре помимо его товар­ного кода в стандарте EAN-13 даны технологические содержа­щие: тип. серийный номер, номер гарантийного талона изделия, и др. Но чаще технологические коды применяются для иден­тификации различных объектов мест хранения, тары, деталей, узлов, материалов как элемент автоматизированной системы управления предприятием. Эти стандарты разрабатываются Международной ассоциацией производителей оборудования для штрихового кодирования AIM. В нашей стране на методичес­кой базе AIM ведутся разработки национальных стандартов сим­волики штриховых кодов, мест их расположения на товарах и качества нанесения.

Линейное кодирование *—* это метод автоматизированного сбо­ра данных, при котором источником информации является ли­нейный код, представляющий собой чередование штрихов и пробелов разной ширины. При этом высота штриха выбирает­ся только из соображений легкости считывания, которое осу­ществляется при помощи специальных оптических устройств — сканеров, называемых зачастую бар-сканерами. Луч считыва­ющего устройства должен пересечь все штрихи кода для того,

чтобы прочитать закодированную в нем информацию. Это дос­тигается при достаточной высоте штриха.

Для удобства построения самый узкий штрих, который на­зывают модулем, принимается в качестве базового. Другие штри­хи и пробелы составляют 2 и 3 модуля, т. е. 2 или 3 толщины самого узкого штриха или пробела. Таким образом, все осталь­ные линейные поперечные размеры штрихов и пробелов кратны целому числу этих модулей. Ширина модуля для конкретного штрихового кода является величиной постоянной, хотя для од­ного и того же стандарта штрихового кода могут применяться различные по размеру модули, что в свою очередь позволяет получать различные изображения. Такой метод построения штрихового кода существенно облегчает его печать и последу­ющее считывание. В частности, в уже упомянутой символике кода EAN-13 модуль может меняться от 0,264 мм до 0,66 мм [5].

*Штриховой символ* кодового слова, как правило, состоит из четырех частей:

— комбинации элементов «Начало», обозначающей начало слова и определяющей направление считывания;

— серии информационных элементов, т. е. элементов, кото­рыми представлены данные;

— комбинации элементов одного или нескольких конт­рольных знаков, обеспечивающей автоматическую проверку правильности считывания и надежность дешифрации закодированных данных;

— комбинации элементов «Конец», обозначающей конец слова;

1. Компонентные знаки – применяются для информирования о

применяемых пищевых добавках или иных компонентах. Так, нередко в маркировке продовольственных товаров встречается знак «Е (цифры)», указывающий на химическое наименование пищевых добавок;

1. Размерные знаки – применяются для обозначения конкретной величины, определяющей количественную характеристику товара. Так, знак «е» указывает массу – нетто; «V» - объем. К данным знакам добавляется фактический размер – величина в системе Си;
2. Эксплуатационные знаки – необходимы для информирования потребителя о правилах эксплуатации, ухода за изделиями, правилах монтажа оборудования. Данная группа знаков наносится, как правило, на бирки, ярлыки, этикетки, контрольные ленты, упаковку, непосредственно на товар;
3. Манипуляционные знаки – для информации о способах обращения с товарами;
4. Предупредительные знаки – для обеспечения безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров.

В соответствии с международными требованиями по классификации и маркировке опасных товаров эти знаки делятся на:

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

1. Экологические знаки – необходимы для информирования о степени

экологической чистоты товаров или экологически безопасных способах их использования, эксплуатации или утилизации.

**2. Уровень качества товаров: понятие, методы оценки**

Качество товара предполагает удовлетворение социальных потребностей общества и характеризует целесообразность производства. Оно представляет собой совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности общества в соответствии с назначением продукции. Товар может обладать полезными свойствами, но не иметь высокого качества, если не соответствует требованиям удовлетворения определенных потребностей.

Уровень качества продукции представляет собой относительную величину, характеризующую качество продукции, основанную на сравнении совокупности показателей ее качества с соответствующей совокупностью базовых показателей. Уровень качества (УК) можно определить по формуле:

УК = q/qБ, (2.1)

где q, qБ – соответственно численные значения показателя качества оцениваемого образца и базового показателя.

Оценка уровня качества, необходимая для планирования качества и установления цен, проводится приемочной комиссией при оценке продукции.

Показатель качества оцениваемого изделия определяется измерительными, органолептическими и другими методами в лабораториях промышленных предприятий и научно - исследовательских институтов, в испытательных центрах. Результаты измерений показателей свойств фиксируются в протоколе испытаний и заносятся в карту технического уровня и качества продукции. В ней указывают также базовые показатели. Располагая числовыми значениями показателей качества оцениваемого изделия и базовыми показателями, можно определить уровень качества.

Уровень качества устанавливается с помощью следующих методов:

* Дифференциальный метод определения уровня качества достаточно прост и состоит в сравнении единичных показателей качества оцениваемого изделия с одноименными базовыми показателями. Об уровне качества судят по величине единичных относительных показателей. Если все они больше или равны единице, то уровень качества оцениваемого изделия превышает базовый или соответствует ему. В случае, когда относительные показатели или большая их часть меньше единицы, уровень качества изделия ниже базового образца. В данном случае необходимо отметить, единичный показатель качества относится только к одному из свойств товара, например, стойкость запаха духов.

Относительные показатели качества (qi) рассчитываются по формулам:

qi = Pi / PiБ; qi = PiБ / Pi; i = 1,2,3…n, (2.2)

где PiБ,Pi – значения i – го показателя качества соответственно базового и оцениваемого образцов;

n – число показателей продукции.

* Комплексный метод характеризуется несколькими свойствами. Он основан на сравнении комплексных показателей оцениваемого изделия с комплексными базовыми показателями. Однако значимость этих свойств в составе качества не одинакова. Комплексный показатель характеризует совокупность свойств, составляющих качество продукции.

Комплексный показатель (И) обычно выражают через средневзвешенный арифметический показатель и рассчитывают по формуле:

И = m1P1 + m2P2 + ……… + mnPn;

И = m1q1 + m2q2 + ……… + mnqn, (2.3)

где m1, m2,……..mn – коэффициенты весомости показателей качества;

P1, P2,……..Pn – относительные показатели качества;

q1, q2,……..qn – число показателей качества, составляющих средневзвешенный показатель.

* Смешанный метод оценки уровня качества сочетает дифференциальный и комплексный методы. Наиболее важные свойства оценивают дифференциальным методом, другие свойства объединяют в группы и оценивают комплексным методом. Смешанный метод применяют обычно при аттестации продукции.

По результатам определения уровня качества выносят решение. Если оценивался уровень качества опытного образца и этот уровень превысил базовые показатели или равен им, то образец рекомендуется производству.

**Список использованных источников**

1. Товароведение непродовольственных товаров / Под ред. Сыцко В.Е., Миклушова М.Н. – Минск, 1999;
2. Потребитель в законе.- М.; ФИЛИН, 1995;
3. Стандартизация и управление качеством продукции:Учебник для вузов/ Швандар В.А.-М., 1999;
4. Федько В.П. Маркировка и сертификация товаров и услуг.- Ростов - на- Дону,1998;
5. Федько В.П. Упаковка и маркировка: Учебно-практическое пособие.- М., 1998;
6. Тамбовцев Товарный знак как капитальный нематериальный актив // Вопросы экономики, 1999 №3;
7. Филюрин А.С. Брэндинг и маркетинг: почувствуйте разницу // Маркетинг, 2000 №4;
8. Филюрин А.С. Как Вы марку назовете (три составляющих словесного товарного знака) // ЭКО, 1999 №10
9. Хорошавина Н. Роспатент предлагает способ разрешения споров вокруг советских брэндов // Эксперт, 2000 №29.

# ДОРАБОТКА

1. Предупредительные знаки – Приложение 1;

2. Знаки соответствия и качества. Одной из разновидностей данной группы информационных знаков являются *знаки безопасности*. Так, Европейское Экономическое Сообщество приняло знак «СЕ», символизирующий соответствие европейских изделий нормам ЕЭС, в том числе требованиям безопасности. В Германии введен знак «Проверено на безопасность» (Прил.2, рис.1) и «Исследован на пригодность производства пищевых продуктов». Кроме того, вводятся *«знаки качества»,* проставляемые на продукцию либо самим производителем, либо специализированными организациями. Примером может служить наклейка «СМА», подтверждающая «качество фирменного товара из немецких земель» (Прил.2, рис.2).

3. Экологические знаки. Примером того, что производство продукта экологически чистое, является знак «ресайклинга» (Прил.2, рис.3). Данным знаком обозначаются как предметы, поддающиеся переработке, так и те, что уже получены из вторичного сырья, например, тазы, бутылки, баки, контейнеры из полимеров. Аналогичное значение имеет «зеленая точка» - Прил.2, рис.6. Знак «Голубой Ангел» был учрежден в 1978г. в Германии. Центральная фигура данного знака заимствована из эмблемы программы ООН по окружающей среде (Прил.2, рис.4). Эмблема, изображенная в Прил. 2, рис. 5, - это призыв не сорить, а собирать и сдавать использованную тару на приемные пункты для последующей переработки. Знак на рис.7 в Прил.2 необходим для маркировки экологически чистых приборов, механизмов (например, холодильники, где не используется фреон). Наряду с экознаками, применяющимися в международной или национальной практике, отдельные фирмы создают свои собственные эмблемы экологической чистоты. Один из таких символов (Прил.2, рис.8) принадлежит компании «Schwan Stabilo», специализирующейся на изготовлении пишущих принадлежностей, а также маркеров, штемпелей и др.;

4. Эксплуатационные знаки – Прил.3;

5. Размерные знаки. В Приложениях 4, 5 приведены сводные данные размеров, принятых в различных странах Европы и Америки.

1. Товар является нормальным тогда, когда эффекты замещения и дохода действуют в одном направлении. [↑](#footnote-ref-1)
2. Данный тип товарного знака в России может быть зарегистрирован только на иностранных заявителей (Сергеев А. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. – М.: Проспект, 1996, стр.564) [↑](#footnote-ref-2)
3. Иевлев В. Товарный знак и продвижение товара на российском рынке// Эксперт, 1997, №3. [↑](#footnote-ref-3)