

ТОВАРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Содержание дисциплины

Модуль I.

Виды, формы и нормативно –
правовое регулирование
товарной информации

Модуль II.

Средства товарной информации

Информационные
ресурсы

Маркировка

Информационные
знаки

Продолжение

Модуль III.

**Маркировка пищевых продуктов
и табачных изделий**

Модуль IV.

**Маркировка
непродовольственных товаров**

Модуль V.

Маркировка товаров за рубежом

Рекомендуемые источники

- **Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник для вузов.– М.: Норма. – 2007. – 448 с.**

Законодательно-правовые документы:

- Гражданский кодекс РФ. Часть 4.
- Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ (с изм. и доп. 2005, 2007, 2008 г.)
- Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. № 2300/1-1 (с изм. и доп. 1996, 1999, 2004, 2007, 2009г.)
- Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ.
- Федеральный закон от 13 марта 2006 г. «О рекламе» № 38-ФЗ
- Нормативные правовые документы (Технические регламенты, ГОСТы, руководства, правила, положения, инструкции и пр.)

Товарная информация (ТИ)

- сведения об основополагающих характеристиках товара, предназначенные для пользователей – субъектов *коммерческой деятельности*

ВНИМАНИЕ!

ВАЖНАЯ

ИНФОРМАЦИЯ!



Субъекты коммерческой

ДОСТАВЛЕННОСТИ



Изготовители –
первичные
источники ТИ



Продавцы –
вторичные
источники ТИ



Потребители

Виды товарной информации

Основополагающая ТИ

- это главные сведения о товаре, имеющие решающее значение для его идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений

Включает:

- *вид и наименование товара;*
- *сорт (при наличии);*
- *массу нетто;*
- *наименование предприятия – изготовителя;*
- *дату выпуска;*
- *срок хранения или годности.*

Коммерческая ТИ

- это сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков и продавцов, но малодоступные потребителям

Включает данные:

- *о предприятиях – посредниках;*
- *нормативных документах о качестве;*
- *ассортиментных номерах продукции;*
- *порядковых номерах предприятия и другое.*



Потребительская ТИ

- это сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, показывающие выгоды от применения конкретного товара и адресованные потребителям

Включает данные о :

- *пищевой ценности;*
- *составе;*
- *функциональном назначении;*
- *способах использования и эксплуатации и т.д.*

RUS/BY Чипсы из натурального картофеля соленые.

Состав: картофель, растительное масло, соль. Готовы к употреблению. Хранить в сухом прохладном месте. Упаковано в защитной атмосфере. Предупреждение: Продукт может содержать незначительное количество порошка рыбы и (или) морепродуктов. Служба потребителя: ООО «Фрито Лей Мануфактуринг», 142900, Россия, Московская обл., г. Кашира, ул. Меженинова, д. 5. Адрес в Интернете: www.lays.ru. Импортер, организация, принимающая претензии по качеству товара на территории Республики Казахстан: «Вимм-Билл-Данн-Центральная Азия-Алматы» Республика Казахстан, Алматы, ул. Боралдай, 93 Д, тел/факс: 8 727 250-77-30. Уполномоченные изготовителем организации на территории Республики Беларусь, импортеры: ИООО "ПепсиКо Продактс", 220073, РБ, г. Минск, пер. 1-й Загородный, д. 20, каб. 24, тел.: + 375 44 590-17-74; ОДО "Мостра-групп", 220123, РБ, ул. В. Хоружей, д. 29, ком. 101, тел.: 8 (017) 389-06-00.





Формы товарной информации (ТИ)

→ **словесная ТИ**

→ **цифровая ТИ**

→ **изобразительная ТИ**

→ **символическая ТИ**

→ **штриховая ТИ**

Форма	Достоинства	Недостатки
<u>Словесная ТИ</u>	<ul style="list-style-type: none"> • максимальная доступность для грамотного населения (если она дана на соответствующем языке) 	<ul style="list-style-type: none"> • громоздкость • большие временные затраты на чтение и осмысление
<u>Цифровая ТИ</u>	<ul style="list-style-type: none"> • дополнение словесной ТИ • лаконичность • четкость • единообразие 	<ul style="list-style-type: none"> • требование профессиональной подготовки
<u>Изобразительная ТИ</u>	<ul style="list-style-type: none"> • обеспечение зрительного и эмоционального восприятия сведений с помощью художественных и графических изображений • наглядность • доступность восприятия • эстетичность • эмоциональность 	<ul style="list-style-type: none"> • ограниченность информационных возможностей

Форма	Достоинства	Недостатки
<u>Символическая ТИ</u>	<ul style="list-style-type: none">• использование информационных знаков• краткое отражение сущности свойств товара• лаконичность• однозначность	<ul style="list-style-type: none">• требование профессиональной подготовки для расшифровки• необходимость оповещения потребителя, консультирования
<u>Штриховая ТИ</u>	<ul style="list-style-type: none">• комплексность (сочетание элементов символической и цифровой ТИ)• кодируемость	<ul style="list-style-type: none">• необходимость специального оборудования• недоступность для потребителя• требование профессиональной подготовки



a)



б)




в)



Рис. 2. Товарные знаки:

а) ОАО "Московский комбинат хлебопродуктов"; б) ОАО "Московский межреспубликанский винодельческий завод"; в) ОАО "Донской табак"

**Пирожное "Колбасное наслаждение"
с ядром абрикоса**

 1 У 9134-001-00000637-00
масса нетто 300 г

Пищевая ценность: в 100 гр. продукта содержится белки 5,
жиры 34, углеводов 53.

Энергетическая ценность 381 ккал.

Состав: сахар, печенье, масло пальмовое, ядро абрикоса, во-
да, какао.

Срок годности: 15 дн. при температуре 18[±]3[°]С

Дата изготовления и упаковки: 10.10.2003
ЧП Фролова Е.Н.
Россия, Томский район, с. Тимирязевское,
Ул. Чапаева, 1 а, т. 913-206

! Охладите перед употреблением для улучшения вку-
са и структуры пирожного.

