



Профессия  
**маркетолог**

**Товарная**  
**информация**

# Илья Валерьевич Мельников

## Товарная информация

### Серия «Профессия: маркетолог»

*Текст предоставлен Ильей Мельниковым*  
[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=4942904](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=4942904)

#### **Аннотация**

Книга посвящена информации о товаре. Здесь подробно рассказано о свойствах товарной информации, основных требованиях к товарной информации и ее средствах (маркировка, товарный знак, знаки соответствия), а также об упаковке, процессе ее создания, конкурентоспособности товара, ее оценке и управлении. Особое внимание в книге уделено основам брендинга, то есть бренду (его содержанию и значению), технологии разработки и основным функциям брендов, а также стоимости бренда и брендингу, планированию нового товара, процессу его разработки и его позиционированию.

# Содержание

Информация о товаре	4
Свойства товарной информации	4
Основные требования к товарной информации	6
Средства товарной информации: маркировка, товарный знак, знаки соответствия	8
Конец ознакомительного фрагмента.	13

# Товарная информация

## Информация о товаре

### Свойства товарной информации

Предприятие-изготовитель товара обязано своевременно предоставлять потребителю всю необходимую, достаточную и достоверную информацию о предлагаемых товарах, обеспечивающую возможность их выбора (информацию по безопасности, экономичности, эргономичности и других свойствах товара), применив все или часть из следующих сведений: масса нетто, основные размеры, объем или количество; состав (комплектность); товарный знак (товарная марка) изготовителя; дата изготовления; срок годности (службы); обозначение нормативного или технического документа, по которому изготавливается товар (для товаров отечественного производства); информация о добровольной сертификации (при наличии); штриховой код товара (при наличии); информация о специфических свойствах товара (при наличии).

В зависимости от вида товара информация должна быть предоставлена в виде маркировки – информации, наносимой непосредственно на конкретные товары, тару, этикетки, яр-

лыки и т. п., или в виде текстового документа (паспорта, руководства к применению и др.), который прикладывается к конкретному товару.

Основные свойства информации о товаре заключаются в следующем: информация, предоставленная непосредственно с товаром, должна быть полной, однозначно понимаемой и излагаться на русском языке; информация может быть частично или полностью продублирована на иностранных языках, а по требованию заказчика излагаться на государственных языках субъектов Российской Федерации и языках народов РФ.

В обязательном порядке информация о товаре должна содержать следующие данные:

наименование товара; наименование страны-изготовителя; наименование предприятия-изготовителя; основное (или функциональное) предназначение товара или область его применения; правила и условия безопасного хранения, транспортирования, безопасного и эффективного использования, ремонта, утилизации и т.п.; основные потребительские свойства или характеристики; информацию об обязательной сертификации; юридический адрес изготовителя и (или) продавца.

# Основные требования к товарной информации

Информация о товаре должна быть достоверной, соответствие товара заявленной информации должно являться обязательным требованием для изготовителя и продавца;

наименование товара должно соответствовать государственным стандартам РФ и общероссийским классификаторам технико-экономической информации; использование в информации о товаре характеристик «Экологический чистый», «Изготовленный без применения вредных веществ» и т.п. допускается при наличии нормативной документации, позволяющей провести контроль и идентификацию заявленных характеристик, а также при подтверждениях этого органами, уполномоченными для проведения процедуры такого контроля;

основное или функциональное назначение товара, его основные потребительские свойства, область его использования, правила и условия безопасности и технически грамотной эксплуатации, ремонта, утилизации и др. должны сообщаться потребителю в соответствии с требованиями нормативного или технического документа на товар;

необходимо указывать срок годности (службы) товара. Предприятие-изготовитель должно указывать срок годности, если данный товар включен в утвержденный правитель-

ством РФ «Перечень товаров, для которых установлен срок годности обязательно».

Срок годности (срок службы) исчисляют с даты изготовления и указывают непосредственно на товаре, транспортной или потребительской таре с использованием одной из типовых формулировок: «Годен в течение (лет, месяцев, суток)» и (или) «Годен до (число, месяц, год)», и (или) «Использовать до (число, месяц, год)», «Срок службы (лет, месяцев, суток, циклов)».

Информация о товаре располагается в одном или нескольких удобных для прочтения местах; при этом следует размещать информацию всегда в одних и тех же местах единицы товара, тары, упаковки. Масса товара, основные его размеры, объем и количество товара указываются в международной системе единиц (СИ).

Товарный знак или товарная марка предприятия-изготовителя размещается непосредственно на товарах, таре или на этикетках.

# **Средства товарной информации: маркировка, товарный знак, знаки соответствия**

Маркировка. Важными элементами товарной политики предприятия являются маркировка и товарный знак. Маркировка представляет собой часть информации о товаре, которая наносится предприятием-изготовителем или продавцом непосредственно на товар, тару, этикетки, ярлыки, упаковку с целью идентификации и доведения информации до покупателя о количественных и качественных характеристиках товара. Порядок и правила маркировки отдельных видов товаров отражаются в нормативно-технических документах. Основными функциями маркировки являются информационная, идентифицирующая и мотивационная. В маркировке отражаются сведения о предприятии-изготовителе и предприятиях, обслуживающих товар; о стандартах, которым соответствует товар; информация о сертификации; гарантии предприятия-производителя; срок службы (годности товара); основные потребительские свойства; размеры; масса; потребляемая электроэнергия; функциональные возможности; безопасность и др. При маркировке товара на изделия и упаковку наносятся краткий текст, специальные обозначения – штриховые коды, символы, объемно-пространствен-

ные изображения, товарный знак, знаки соответствия, экологические знаки, предупредительные и иные информационные знаки.

Различают транспортную маркировку и маркировку товаров. Транспортную маркировку (маркировку грузов) выполняют для следующих целей: идентификации груза для перевозчиков и других лиц, участвующих в транспортировании во время перевозки груза и транзита; указания на соответствующую деятельность для обеспечения правильной доставки груза; предупреждения об опасности, которая может возникнуть в случае ненадлежащего обращения с грузом. Маркировка груза, транспортной тары должна содержать следующую информацию: наименование производителя, страны происхождения (для товаров, поступающих по импорту), отправителя (поставщика) и получателя груза; пункты назначения и отправления; общие сведения о транспортируемом товаре; номера контракта и места; символы по погрузке и выгрузке («Верх», «Низ», «Стекло», «Не кантовать» и др.).

В некоторых случаях необходимы дополнительные сведения, например масса брутто, масса нетто, а также предупреждающие знаки, предусмотренные специальными правилами в соответствии со свойствами перевозимого товара или наносимые отправителем из соображений безопасности транспортирования или осторожности, для правильного обращения с грузом. При отгрузке товара несколькими парти-

ями маркировку следует унифицировать, предусмотрев изменения для порядковых и фактических номеров ящиков, контейнеров и др.

Важным элементом маркировки является штриховой код. Информация, заложенная в штриховом коде, предназначена в первую очередь для продавцов, а затем – для потребителей. Штриховой код обязателен при проведении внешне-торговых операций, сертификации импортных товаров. При отсутствии штрихового кода конкурентоспособность товара существенно снижается.

Присвоение кодов товарам, их нанесение и использование регулируются международными неправительственными организациями: Советом по применению унифицированных кодов (UCC) в США и Канаде, Международной Ассоциацией товарной нумерации EAN и ее представителями во многих странах мира. Данные стандарты кодов служат для однозначной идентификации товаров и не используются для классификации товаров. Однако отдельные цифры в номере несут информацию о товаре, его качестве, времени производства, серийном номере. Номер товара является уникальным и неповторяющимся. Изделия с различными потребительскими свойствами имеют различные коды. Групповые упаковки должны иметь код отличный от кода товаров, которые в нее входят. Различные коды имеют также транспортные упаковки различной емкости. Изделия, которые могут одновременно являться и транспортными упаковками и по-

требительскими товарами, например, блок сигарет, маркируются по правилам, относящимся к потребительским товарам.

Для маркировки большинства потребительских товаров используются номера стандарта EAN – 13, состоящего из 13 знаков (13 цифр под штрихами и пробелами). Короткий номер стандарта EAN – 8 предназначен для нумерации малогабаритных товаров, на которых трудно или невозможно разместить стандартный номер EAN – 13. Короткие номера используют на товарах, предназначенных для реализации через розничную торговлю. Нанесение штриховых символов на изделия и упаковку регулируется правилами национальных организаций. Основным условием является возможность машинного считывания символов при помощи имеющегося в складских, транспортных и торговых организациях специального оборудования.

Возможны различные способы нанесения штриховых символов. Их могут наносить на упаковку или этикетки изделия типографским способом в процессе изготовления (сигаретные пачки и др.) или напечатать на этикетках с клеящейся основой. Краситель, которым наносят штриховой код, не должен смываться водой или разрушаться при механическом воздействии. Цвет штрихов может быть черным, зеленым, синим, темно-коричневым. В качестве фона обычно применяют желтый, белый и оранжевый цвета. Красные, оранжевые и желтые тона для печатания темных элементов

символа кода не применяют, так как они не различаются сканером.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.