

NEWS

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

Volume 5, Number 309 (2016), 138 – 141

UDC: 339

E.S. Baytilenova

Taraz State University

bay-70@mail.ru

**ROLE IN ENSURING THE QUALITY
AND SAFETY OF PRODUCTS AND PRODUCT INFORMATION**

Annotation. The article deals with the scientific and theoretical basis of commodity information, its types, forms, value. Much attention is paid to information signs labeling plays an important role in ensuring the quality and safety of goods. Also special attention is paid to the study of knowledge about the usefulness of the product, its safety, the depth and breadth of product range, quality and packaging, warehousing, storage of goods is very important. They we get along with information about the product, which can be represented by the following verbal , numeric, graphic , symbolic , dashed . However, the article tells that product information communicated to the consumer by means of marking, technical documentation supplied with the product , or otherwise taken for certain types of goods.

Keywords: commodity information, quality products, safety products, packaging, labeling, information signs, information falsification.

УДК: 339

Э.С. Байтиленова

Таразский государственный университет

**РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА
И БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ И ТОВАРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

Аннотация. В статье рассматриваются научно-теоретические основы товарной информации, её виды, формы, значение. Большое внимание уделяется информационным знакам маркировки, играющим важную роль в обеспечении качества и безопасности товаров. Так же особое внимание уделяется для изучения знания о полезности продукта, его безопасности, глубины и широты ассортимента, качества, а также упаковки, складирования, хранения товаров крайне важны. Их мы получаем вместе с информацией о товаре, которая может быть представлена следующими в словесной, цифровой, изобразительной, символической, штриховая. Вместе с тем в статье повествуется, что, информация о товаре доводится до сведения потребителя с помощью маркировки, технической документации, прилагаемой к товару, или иным способом, принятым для отдельных видов товаров.

Ключевые слова: товарная информация, качество товаров, безопасность товаров, упаковка, маркировка, информационные знаки, информационная фальсификация.

В условиях рыночных отношений возрастает роль информации о товарах, поскольку потребителю трудно разобраться в многообразии существующих и новых товаров и сделать правильный выбор. Современный покупатель также уделяет внимание качеству и безопасности товара, учитывая актуальные на сегодняшний день экологические и экономические проблемы, участвовавшие случаи подделки, многочисленные факты о несоответствии качества. С другой стороны, информация необходима и для производителя продукции. Он должен отслеживать изготовление новых товаров, их конкурентоспособность для принятия решений о прекращении

производства отдельных товаров и разработке новых. Целью настоящей работы является изучение видов и форм товарной информации и её влияния на обеспечение качества и безопасность товаров.

В ходе работы над данной темой были использованы следующие методы исследования:

- анализ материалов учебной и научно-популярной литературы;
- анализ информационных знаков на этикетках и различного вида упаковках;

Товарная информация – это сведения о товаре и его характеристиках, предназначенные для всех субъектов коммерческой деятельности, они должны отвечать правилу «3Д» [1].

➤ Достоверность - правдивые и объективные сведения о товаре. Зачастую, мы встречаемся с недостоверностью информации. Наиболее часто

недостоверна информация, как правило, о фальсифицированных товарах. Следовательно, недостоверность информации в большинстве случаев может быть квалифицирована как информационная фальсификация. Недостоверная информация может быть вызвана недостаточными профессиональными знаниями субъектов, ее представляющих, или нечеткими требованиями к определенным сведениям.

➤ Доступность - информационная открытость сведений о товаре для всех пользователей.

➤ Достаточность – рациональная информационная насыщенность, что исключает представление как неполной, так и излишней информации.

Товарная информация может быть представлена различными формами, которые подробно описаны в таблице 1.

Форма	Характеристика	Недостатки
Словесная информация	наиболее доступна для грамотного населения, если она дана на соответствующем языке (например, на русском языке для России)	громоздкость, для размещения ее требуется значительная площадь на упаковке и/или товаре. Для ее восприятия (чтения и осмысливания) необходимо время, причем при чрезмерной насыщенности словесной информации потребитель не может или не хочет тратить много времени на ее осмысливание
Цифровая информация	применяется чаще всего для дополнения словесной информации и в тех случаях, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре (масса нетто, объем, длина, даты и сроки). Цифровую информацию отличают лаконичность, четкость и единообразие	иногда доступна лишь профессионалам и непонятна потребителям (например, ассортиментные номера продукции, порядковые номера предприятий требуют расшифровки с помощью ОКП и ОКПО)
Изобразительная информация	обеспечивает зрительное и эмоциональное восприятие сведений о товарах с помощью художественных и графических изображений. Основное назначение: создание потребительских предпочтений за счет удовлетворения эстетических потребностей покупателей	возможности по представлению разносторонних сведений очень ограничены, поэтому она не заменяет, а лишь дополняет словесную или цифровую информацию
Символическая информация	сведения о товаре, передаваемые с помощью информационных знаков. Для этой формы информации характерны лаконичность, однозначность	восприятие этих символов требует определенной профессиональной подготовки для расшифровки или оповещения потребителя через средства массовой информации, консультации и т. п.
Штриховая информация	предназначена для автоматизированной идентификации и учета информации о товаре, закодированной в виде цифр и штрихов. Штриховой код наносится на транспортную или потребительскую упаковку многих товаров	восприятие этих символов требует специального оборудования, не может быть расшифровано простым потребителем

Знания о полезности продукта, его безопасности, глубины и широты ассортимента, качества, а также упаковки, складирования, хранения товаров крайне важны. Их мы получаем вместе с информацией о товаре, которая может быть представлена следующими в словесной, цифровой, изобразительной, символической, штриховая. Информация о товаре доводится до сведения

потребителя с помощью маркировки, технической документации, прилагаемой к товару, или иным способом, принятым для отдельных видов товаров.

Маркировка – это часть информации, которая наносится изготовителем (продавцом) непосредственно на товар, тару, упаковку, этикетки, ярлыки, листки-вкладыши и пр. Содержание и способы нанесения маркировки для каждого вида товара указываются в стандартах. Маркировка в зависимости от характера наносимых знаков и символов может содержать текстовую и цифровую информацию, штрих-коды, пиктограммы. О последних скажем подробнее.

Пиктограммы (символы, информационные знаки) в образной форме представляют определенную информацию о товаре, его свойствах, способах ухода и пр. С учетом возрастающих объемов международной торговли такая маркировка особенно удобна, так как пиктограммы в сжатой образной форме способны представлять определенную информацию о товаре. В целом пиктограммы (символы) маркировки делятся на товарные знаки, знаки соответствия, манипуляционные знаки, экологические знаки, знаки безопасности и др.[1].

Покупатель приобретает различные товары и услуги, чтобы удовлетворить свои конкретные нужды и потребности. При этом он предпочитает покупать те товары, качество которых не вызывает особых сомнений. Нередко такой гарантией для покупателя является товарный знак, который ему знаком, или он уже покупал товары с таким знаком. Товарными знаками и знаками обслуживания признаются зарегистрированные в установленном порядке обозначения, призванные отличать товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц [4].

Большое значение для потребителя имеют следующие знаки:

➤ Знак соответствия (в области сертификации) – защищенный в установленном порядке знак, применяемый или выданный в соответствии с правилами системы сертификации, указывающий, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что данная продукция, процесс или услуга соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу. В России утвержден только общий знак соответствия системы ГОСТ Р. Маркирование знаком соответствия служит одним из способов подтверждения соответствия товара.

➤ Эксплуатационные знаки – знаки, предназначенные для информации потребителя о правилах эксплуатации, способах ухода, монтажа и наладки потребительских товаров. Такие знаки наносят на этикетки, ярлыки, бирки, упаковку, контрольные ленты или непосредственно на товар. Наиболее распространены международные символы, принятые для текстильных изделий. Многие эксплуатационные знаки для текстильных изделий настолько наглядны, что даже без особых пояснений ясен их смысл: тазик для стирки с указанием температуры воды, утюг с указанием температуры глаженья.

➤ Манипуляционные знаки – знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товарами. Приведем примеры текстового содержания таких знаков: «Беречь от нагрева», «Хрупкое. Осторожно!», «Беречь от влаги!».

➤ 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 подразделяют на два вида: предупреждающие об опасности; предупреждающие о действиях по безопасному использованию. Примеры: «легко воспламеняется» (F), «ядовито» (T), «взрывоопасно» (E), «едкое» (C).

Одной из наиболее актуальных проблем современности являются охрана окружающей среды и обеспечение безопасности человека. Пути ее решения многообразны. Один из них — информирование потребителей с помощью экологических знаков. Экологические знаки предназначены для информации об экологической чистоте потребительских товаров или экологически безопасных способах их эксплуатации, использования или утилизации. Данную группу знаков подразделяют на три подгруппы:

1. знаки, информирующие об экологической чистоте товара или безопасности для окружающей среды;

2. знаки, информирующие об экологически чистых способах производства или 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 национальные экологические знаки [3].

Несомненно велика роль товарной информации как для производителя, так и для потребителя в настоящее время. Информация, наносимая производителем на товар, упаковку, этикетки и т.п. даёт покупателю гарант качества и безопасности, если она достоверна, доступна, достаточна, включает в себя знаки соответствия и другие информационные знаки.

Однако в этой области существуют проблемы и недоработки, на практике реализуются не все возможности товарной информации, поэтому вопросы, связанные с товарной информацией, являются в настоящее время актуальными и значимыми в современной теории товароведения и, как нам кажется, имеют широчайшую перспективу дальнейшего развития.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Николаева М. А., Карташова Л.В., Положишникова М.А. Средства информации о товарах М.: Экономика, 1997
- [2] Николаева М. А. Теоретические основы товароведения: Учебник для вузов. М.: НОРМА, 2007
- [3] www.prodesign.ru
- [4] Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23 сентября 1992 г. № 3520-1
- [5] Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 23.11.2009)

REFERENCES

- [1] Nikolaeva M. A., Kartashova L.V., Polozhishnikova M.A. Sredstva informacii o tovarax M.: Ekonomika, 1997
- [2] Nikolaeva M. A. Teoreticheskie osnovy tovarovedeniya: Uchebnik dlya vuzov. M.: NORMA, 2007
- [3] www.prodesign.ru
- [4] Zakon RF «O tovarnyx znakax, znakax obsluzhivaniya i naimenovaniyax mest proisxozhdeniya tovarov» ot 23 sentyabrya 1992 g. № 3520-1
- [5] Zakon RF «O zashhite prav potrebitelej» ot 07.02.1992 N 2300-1 (red. ot 23.11.2009)