



ТОВАРНА ІНФОРМАЦІЯ

Методичні вказівки до практичних занять
для здобувачів освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі»
та «Митна справа та торгівля»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності D 7 Торгівля
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
денної та заочної форм навчання

ЛУЦЬК 2025

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ

Директор бібліотеки _____ В. Поліщук

Рекомендовано до друку вченою радою факультету митної справи, матеріалів та технологій ЛНТУ, протокол №__ від _____ 2025 року.

Голова вченої ради ЛНТУ _____ В. Ткачук

Укладач:

_____ Передрій О.І., к.т.н., доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ

Рецензент: _____ Дзюбинський А.В., к.е.н., доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ

Відповідальний за випуск: _____ Пахолюк О.В., к.т.н., завідувачка кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ

Товарна інформація : методичні вказівки до практичних занять для здобувачів освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі», «Митна справа та торгівля» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D7 Торгівля» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право денної та заочної форм навчання / уклад. Передрій О. І. Луцьк : ЛНТУ, 2025. 34 с.

Видання містить методичні вказівки до практичних занять з курсу дисципліни «Товарна інформація», перелік літератури для підготовки студентів до виконання практичних занять.

© Передрій О.І., 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №1	
Законодавче забезпечення вимог до товарної інформації	5
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №2	
Види і форми товарної інформації	8
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №3	
Вимоги до товарної інформації	9
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №4	
Засоби товарної інформації. Функції засобів товарної інформації	11
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5	
Товаросупровідні документи	13
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6	
Маркування товарів	16
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №7	
Виробниче маркування товарів	17
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №8	
Торгове маркування. Спеціальне маркування	19
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №9	
Інформаційні знаки	20
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №10	
Стандартизація маркування	22
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №11	
Штрихове кодування	24
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №12	
Товарні знаки: товарознавчий зміст та функції.	26
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №13	
Особливості товарної інформації для продовольчих товарів	28
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №14	
Особливості товарної інформації для непродовольчих товарів	31
Рекомендована література	34

Мета та завдання навчальної дисципліни «Товарна інформація»

Мета: оволодіння теоретичними знаннями та набуття практичних вмінь в галузі інформаційного забезпечення руху товару.

Завданням навчальної дисципліни є:

- вивчити види, форми, функції та засоби товарної інформації;
- вивчити основні вимоги, що пред'являються до товарної інформації;
- вміти розпізнавати інформаційні документи;
- вивчити основні інформаційні знаки та їх використання;
- вивчити порядок наведення інформації в товарно-супровідних документах і на маркуванні.

Вимоги до вмінь і знань студентів

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- види, форми та функції товарної інформації;
 - вимоги до оформлення технічної документації, необхідною для торговельної діяльності;
 - нормативні документи, що встановлюють вимоги до товарної інформації, упаковки, маркування, умов зберігання, транспортування та реалізації товарів;
 - сучасні інформаційні знаки;
 - сучасні методи та принципи рекламування виробів і послуг ;
 - методи і засоби оцінки відповідності товарної інформації вимогам нормативної документації, правилами приймання товарів за кількістю, якістю та комплектності;
- вміти:
- використовувати усі форми торгової інформації залежно від мети торговельної діяльності;
 - розпізнавати інформаційні знаки;
 - складати рекламні повідомлення, вибирати носії інформації з урахуванням фінансових можливостей організації та доцільності організувати рекламні акції;
 - впроваджувати проекти, розроблені в професійній сфері;
 - оцінювати якість упаковки і маркування товарів, відповідність товарної інформації вимогам нормативної документації, контролювати умови транспортування та реалізації товарів.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №1

Тема: Законодавче забезпечення вимог до товарної інформації

Мета заняття: вивчити основні вимоги до товарної інформації; ознайомитись із законодавчою базою, яка регулює дану галузь

Матеріальне забезпечення: збірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 2 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Основні терміни. Поняття про інформацію і товарну інформацію. Поняття про інформацію: визначення і трактування терміну. Законодавча база у сфері інформаційної діяльності. Юридичне трактування терміну "інформація". Інформаційна діяльність, продукція, послуга. Види інформації. Науково-технічна інформація. Інформаційні ресурси. Інформаційний ринок. Учасники інформаційних відносин. Види інформації у ринкових відносинах. Джерела інформації. Носії інформації.

2. Товарна інформація та інформаційні процеси у товарознавстві і комерційній діяльності. Джерела товарної інформації. Інформаційні комунікації і канали доведення інформації до споживача. Конфіденційна інформація торгового підприємства і комерційна таємниця.

3. Законодавче забезпечення товарної інформації.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 1. Вивчити основні терміни, що стосуються товарної інформації

Самостійно складіть перелік термінів, що стосуються товарної інформації, користуючись Законами України «Про інформацію» та «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» (наприклад: «маркування», «ідентифікація товару», «товаросупровідний документ», «технічний регламент», «енергомаркування»). Дайте чітке визначення терміну та визначіть їх роль у товарній інформації. Інформацію можна подати у вигляді таблиці або переліком

Завдання 2. Оцінити повноту товарною інформації зразків продовольчих товарів.

Відповідно до статті 5 Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» вивчити основні 13 пунктів маркування. Отримавши зразок етикетки продукту виділити всі елементи товарної інформації; визначити,

які з них є обов'язковими; встановити, на який нормативно-правовий акт вони спираються.

Завдання 3. Законодавче забезпечення вимог до товарної інформації

В Україні уся діяльність пов'язана із сферою подання інформації взагалі, і товарної інформації зокрема, має ґрунтовну правову основу, яка представлена законодавчими актами і підзаконними нормативними актами. Перелік основних документів з кожної групи подано нижче.

Законодавча база представлена Конституцією та Законами України.

1. Закон України "Про інформацію"
2. Закон України "Про науково-технічну інформацію"
3. Закон України "Про захист прав споживачів"
4. Закон України "Про рекламу".
5. Закон України "Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини").
6. Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»

Нормативно-правова база представлена Постановами Кабінету Міністрів України, наказами, інструкціями, листами, розпорядженнями та іншими документами міністерств та відомств України.

1. Порядок заняття торговою діяльністю і Правила торгового обслуговування населення.
2. Правила роздрібно́ї торгівлі алкогольними напоями.
3. Правила роботи дрібно́роздрібно́ї торговельно́ї мережі.
4. Правила роздрібно́ї торгівлі тютюновими виробами.
5. Правила продажу непродовольчих товарів.

У статтях та окремих положеннях вказаних вище правових актів подаються визначення і трактування основних понять, пов'язаних із сферою інформації взагалі, а саме: "інформація", "галузі інформації", "види інформації", "джерела і носії інформації", "інформаційна діяльність" тощо, а також - із сферою товарної інформації зокрема: "види товарної інформації", "інформаційна послуга" тощо.

Найбільш ґрунтовне правове обґрунтування у сфері подання товарної інформації спостерігається стосовно вимог до неї. Загалом вимоги до товарної інформації диктуються Законом України "Про захист прав споживачів", згідно із яким останні мають право на одержання необхідної, доступної і достовірної інформації про кількість, якість та асортимент товарів, робіт і послуг (ст. 3 і 18). Треба сказати, що у разі відсутності необхідної, доступної і достовірної інформації про товар, роботу чи послугу згідно із ст. 23 цього ж Закону суб'єкти господарювання несуть відповідальність у розмірі 30% вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи чи наданої послуги. У спеціальній літературі ці вимоги називають принципом "Три Д": достовірність, доступність і достатність.

Метою виконання даної роботи є ознайомлення з конкретним (постатейним) обґрунтуванням зазначених вище термінів, понять та вимог з використанням вказаних документів.

Результати роботи оформляються у вигляді таблиці 1 (форма таблиці і приклади її заповнення подаються нижче).

Таблиця 1

Правове обґрунтування термінології в інформаційній галузі та вимог у сфері подання товарної інформації (ТІ)

Термін або вимога до ТІ	Назва законодавчого чи нормативного документа	Номер та назва статті чи пункту документа	Короткий зміст правового обґрунтування терміну, поняття чи вимоги
Мовна доступність	Закон України «Про інформацію»	Стаття 11 «Мова інформації»	Мова інформації визначається Законом "Про мови в Україні", іншими законодавчими актами України в цій галузі, міжнародними договорами та угодами, ратифікованими Україною"
Вимога достовірності	Закон України «Про захист прав споживачів»	Стаття 18 «Право споживача на інформацію про товари»	Споживач має право на одержання необхідної, доступної і достовірної інформації про товари (роботи, послуги), що забезпечують можливість їх вибору. Реалізація вимоги достовірності означає для нього право отримати достовірні відомості про кількість, якість та асортимент товарів, що забезпечує можливість компетентного вибору останніх. Вимоги даної статті повністю поширюються на імпортні товари.
Вимоги до реклами	Закон України «Про рекламу»	Стаття 7 «Принцип рекламної діяльності»	Основними принципами рекламної діяльності є: законність, точність, достовірність, використання державної та інших мов відповідно до законодавства України, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами моральної, фізичної або психічної шкоди

Питання для контролю знань

1. Дайте визначення термінам «інформація», «товарна інформація» та «споживча інформація».
2. Які властивості має якісна товарна інформація?
3. Які види товарної інформації ви знаєте?
4. Опишіть основні інформаційні процеси у торгівлі.

5. Які документи супроводжують товар під час митного оформлення?
6. Яка інформація є обов'язковою для зазначення на етикетці харчових продуктів?
7. Які вимоги встановлюють технічні регламенти для маркування нехарчових товарів?
8. Які є наслідки порушення законодавчих вимог до товарної інформації?
9. Як європейські директиви вплинули на українські вимоги щодо маркування?
10. Чому достовірна товарна інформація важлива для митних органів?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №2

Тема: *Види і форми товарної інформації*

Мета заняття: вивчити основні форми та види товарної інформації

Матеріальне забезпечення: взірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 2 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Основні терміни. Поняття про інформацію і товарну інформацію
2. Види та форми товарної інформації

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 2.1. Ознаймтися з різними видами та формами подачі товарної інформації.

Початок виконання роботи полягає в ознайомленні студентів з комплектом товарних взірців (первинної тари або споживчої упаковки) різних видів продовольчих і непродовольчих товарів. Далі треба ідентифікувати вид (різновид) товару, товарну групу (підгрупу), вид товарної інформації, яка міститься у взірці, а також форму, у якій вона подається. Кожен студент повинен розглянути по 2-4 взірці продовольчих або непродовольчих товарів (залежно від кількості годин на виконання роботи), проаналізувати інформацію, яку вони містять, а результати огляду та аналізу оформити у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2. Характеристика видів та форм товарної інформації

Вид виробу	Товарна група	Товарна підгрупа	Види ТІ, яка міститься у взірці з перерахуванням елементів)	Форми подання ТІ (елементи та їх приблизне співвідношення у %)

Завдання 2.2. Створення моделі товарної інформації.

Студентам пропонується умовний товар (наприклад: «Органічний чай», «Повербанк 20000 mAh», «Дитячий настільний конструктор»). Потрібно: Розробити базовий набір товарної інформації для етикетки товару, визначивши види інформації (споживча, логістична, ідентифікаційна тощо); форми її подання (текст, піктограми, цифрові коди). Пояснити логіку вибору видів і форм. Інформація подається у текстовій формі. Відповідь здається усно.

Питання для контролю знань

Дайте визначення терміну «товарна інформація».

2. Які основні види товарної інформації використовуються в торгівлі?
3. Що таке споживча інформація і які її функції?
4. Які форми товарної інформації найчастіше використовують у маркуванні?
5. Чим відрізняється логістична інформація від маркетингової?
6. Які елементи товарної інформації належать до ідентифікаційних?
7. Яку роль відіграє цифрова товарна інформація в електронній комерції?
8. Які вимоги висуваються до форми подання товарної інформації?
9. Чому важливо використовувати піктограми та знаки безпеки?
10. Як форми товарної інформації впливають на сприйняття товару споживачем?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №3

Тема: *Вимоги до товарної інформації*

Мета заняття: вивчити основні вимоги до товарної інформації; ознайомитись із законодавчою базою, яка регулює дану галузь.

Матеріальне забезпечення: збірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 2 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Принцип трьох «Д».
2. Відповідальність за порушення норм товарної інформації.
Основні вимоги до товарної інформації.
Доступність — зрозуміла форма, можливість прочитати, розбірливість.
Достовірність — правдивість даних, відсутність маніпуляцій.
Достатність — повнота відомостей для ідентифікації та безпечного використання.
Чіткість і однозначність — відсутність подвійного трактування.

Відповідність законодавству та стандартам.

Своєчасність — актуальність інформації (особливо для харчових продуктів).

Принцип трьох «Д» в товарознавстві формують перші три вимоги: достовірність, доступність та достатність. Це базовий критерій оцінки якості товарної інформації у торгівлі, товарознавстві та логістиці.

Відповідальність за порушення вимог до товарної інформації поділяється на:

адміністративна відповідальність: штрафи за недостовірну або неповну інформацію (ст. 23 Закону «Про захист прав споживачів»);

господарські санкції: вилучення товару, зупинення реалізації, штрафи Держпродспоживслужби; затримання товару через неправильно оформлені документи.

цивільна відповідальність: відшкодування збитків споживачу;

кримінальна відповідальність (у випадках небезпеки для життя чи здоров'я).

ХІД РОБОТИ

Завдання 3.1. Аналіз вимог до товарної інформації та принципу трьох Д.

Студентам надається два зразки товарів (етикетка або опис товару (реальний чи умовний)). Необхідно проаналізувати інформацію на відповідність основним вимогам: чи вона доступна? чи достатня? чи достовірна? чи не суперечить нормативам? Визначити порушення (якщо є). Пояснити, як інформацію можна покращити відповідно до принципу трьох Д.

Особливу увагу при виконання завдання звернути на доступність інформації. Оцінити її за такими критеріями:

- мовна доступність;
- зрозумілість (відсутність нерозумілих термів);
- доступне місце розміщення;
- доступність сприйняття (зорового та змістового).

Відповідь подається у текстовій формі.

Завдання 3.2. Відповідальність за порушення вимог до товарної інформації.

Студентам пропонується 3 короткі ситуації, наприклад: на косметичному засобі відсутній склад; на харчовому продукті неправильно вказано алергени; техніка продається без перекладеної інструкції. Необхідно:

1. Встановити, які нормативні вимоги порушено.
 2. Визначити можливий вид відповідальності (адміністративна, господарська, цивільна).
 3. Описати, як підприємство має виправити ситуацію.
- Відповідь подається в усній формі.

Питання для контролю знань

1. Які основні вимоги висуваються до товарної інформації?

2. У чому полягає принцип трьох «Д»?
3. Чому важливо забезпечувати достатність інформації на товарі?
4. Які наслідки може мати недостовірна інформація для споживача?
5. Які органи контролюють правильність подання товарної інформації?
6. Які види відповідальності застосовуються до продавця або виробника у разі порушення?
7. Наведіть приклади порушень інформаційних вимог у торгівлі.
8. Чому неправильне маркування може бути небезпечним?
9. Які документи визначають вимоги до товарної інформації?
10. Чи може відповідальність наставати одночасно у кількох формах (адміністративна + цивільна)? Чому?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №4

Тема: Засоби товарної інформації. Функції засобів товарної інформації

Мета заняття: вивчити класифікацію ЗТІ; вміти ідентифікувати основні види ЗТІ та визначити їх функції; вивчити структурно-функціональну схему ЗТІ; вивчити номенклатуру носіїв виробничого і товарного маркування; ознайомитись із законодавчою базою, яка регулює застосування ЗТІ у практиці комерційної діяльності..

Матеріальне забезпечення: комплект взірці в видів ЗТІ і носіїв виробничого і торгового товарного маркування; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних "Законодавство України".

Час виконання: 2 години

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Поняття про засоби інформації.
2. Класифікація засобів товарної інформації.
3. Функції ЗТІ.

ХІД РОБОТИ

Завдання 4.1. Ідентифікація видів ЗТІ та визначення їх функцій

Студенти повинні ознайомитися з комплектом товарних взірців (первинної тари або споживчої упаковки) різних видів продовольчих і непродовольчих товарів. Далі треба ідентифікувати вид (різновид) товару, товарну групу (підгрупу), а також вид засобу товарної інформації, до якого відноситься взірець. Кожен студент повинен розглянути по 8-10 взірців продовольчих або непродовольчих товарів, а результати огляду оформити у вигляді таблиці 3.

Таблиця 3

Товарознавча характеристика видів засобів товарної інформації (ЗТІ)

Вид виробу	Товарна група	Товарна підгрупа	Вид ЗТІ	Функції ЗТІ

Завдання 4.2. Аналіз товарного маркування як виду ЗТІ

Із сукупності взірців, оглянутих в ході виконання попередньої роботи, необхідно відібрати і проаналізувати взірці, у яких засобом подання товарної інформації є товарне маркування. При аналізі особливу увагу слід звертати на вид товарного маркування (виробниче, торговельне чи спеціальне), на вид носія маркування (етикетка на упаковці, підвісна бирка, товарний чек, клеймо на ювелірному виробі, вкладиш до коробки з кондитерськими виробами тощо), а також структурні елементи товарної інформації, які містяться у цьому носії (текст, малюнок, символи).

Кожен студент повинен проаналізувати товарне маркування 4-6 взірців продовольчих або непродовольчих товарів (залежно від кількості годин на виконання роботи), а результати аналізу (товарознавчу характеристику) подати у табл. 4.

Таблиця 4

Аналіз товарного маркування

Вид виробу (різновид, марка, артикул)	Вид товарного маркування	Вид носія товарного маркування та його характеристика	Структурні елементи товарної інформації

Питання для контролю знань

1. Сформулюйте розширене визначення терміну "засоби товарної інформації".
2. Перерахуйте основні види засобів товарної інформації.
3. В чому полягає різниця між видами ЗТІ як джерелами і носіями товарної інформації?
4. Сформулюйте визначення "функції ЗТІ" та подайте їх номенклатуру.
5. Які ви знаєте види товарного маркування? Перерахуйте його основні функції.
6. Назвіть носії виробничого маркування. Дайте визначення терміну "етикетка".
7. В чому полягає основна відмінність етикетки від інших носіїв виробничого маркування? Які обов'язкові реквізити має містити етикетка?
8. В чому полягають відмінності контретикетки та кольєретки від етикетки?
9. Який носій маркування часто набуває додаткової функції, подібної до носіїв реклами, зокрема рекламного листка чи проспекту?

10. Який носій маркування часто набуває додаткової функції, подібної до функції правил або інструкції з експлуатації?
11. Охарактеризуйте особливості товарних ярликів і товарних бирок. Чим вони відрізняються один від одного?
12. Для чого призначена контрольна стрічка як носій товарної інформації?
13. Чим відрізняються клейма від штампів? На які види товарів наносяться клейма і штампи? Основні способи їх нанесення.
14. Який різновид клейма є результатом таврування виробів з коштовних металів?
15. Що таке торгове маркування? Дайте характеристику його носіїв.
16. В чому полягає специфіка використання товарних чеків?
17. До чого зводяться специфічні вимоги до товарного маркування ?
18. Які основні елементи переважно входять у структуру товарного маркування ?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №5

Тема: Товаросупровідні документи.

Мета заняття: вивчити класифікацію торговельної документації як виду ЗТІ; вміти ідентифікувати основні види ТСД; ознайомитись із законодавчою базою, яка регулює їх використання.

Матеріальне забезпечення: взірці друкованих рекламних засобів, комплект спеціальної літератури; комплект товаросупровідних документів (заповнені форми, взірці та бланки); комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних "Законодавство України".

Час виконання: 2 години.

Питання для підготовки при вивченні теми 5:

1. Основні види ТСД.
2. Особливості комплексних ТСД, які використовуються в митній справі

ХІД РОБОТИ

Завдання 5.1. Ідентифікація і товарознавча характеристика основних видів тсд та інших видів ЗТІ

Студентам необхідно ознайомитися з комплексом наочних засобів:

- копіями товаросупровідних документів різних видів або бланків - забірних листів, комерційних актів, актів по відбору взірців, сертифікатів відповідності, сертифікатів і паспортів якості, гігієнічних висновків, актів експертизи, рахунків-фактур, товарно-транспортних накладних, інструкції з експлуатації, паспорти тощо;

- взірцями носіїв друкованої реклами - листівками, брошурами, проспектами, буклетами тощо;
- взірцями спеціальної довідкової літератури - довідником товарознавця, товарним словником, каталогами фірм-виробників, універсальним торговельним каталогом;
- комплектом чинних стандартів на продукцію різних категорій - ДСТУ, ГСТУ, ТУУ, ГОСТами та іншими НД, вимоги яких прирівнюються до вимог стандартів.

Всі взірці (1-2 екземпляри з кожної групи) спочатку треба ідентифікувати як конкретний вид та різновид ЗТІ: реклама це чи пропаганда і вид носія - буклет, проспект, тощо; ТСД і вид носія - акт, накладна, сертифікат, інструкція з експлуатації, паспорт до виробу ПРЕА чи ПЕНП тощо; вид спеціальної літератури (каталог виробника чи торговельний каталог тощо). Далі потрібно проаналізувати структуру товарної інформації, яка міститься у них (види, форми подання, основні структурні елементи), а також визначити у порядку пріоритетності функції, які реалізуються у кожному ЗТІ. Отриману, таким чином, товарознавчу характеристику видів ЗТІ слід подати у вигляді таблиці 6 (дивись приклади).

Таблиця 6

Товарознавча характеристика основних видів тед та інших видів ЗТІ

Товарна група	Вид ЗТІ	Назва носія	Види ТІ, яка міститься у ЗТІ	Форма подання ТІ	Основні функції ЗТІ

Завдання 5. 2. Вивчення та аналіз правової бази, яка регулює застосування ТСД та інших видів ЗТІ

У підготовчій частині робіт 1.2 та 2.2. вже було сказано, що в Україні вся діяльність, яка пов'язана із сферою інформації, має ґрунтовну законодавчу базу. Подібно до товарного маркування як виду ЗТІ, це стосується також сфери функціонування та використання ТСД, реклами та пропаганди і спеціальної літератури, яка теж регулюється низкою законодавчих актів і підзаконних нормативних актів. Вказані законодавчі і підзаконні акти містять конкретні вимоги стосовно використання реклами і товаросупровідних документів як видів ЗТІ: регламентують перелік носіїв (стосовно реклами), перелік видів і різновидів ТСД стосовно товарних груп, подають номенклатуру елементів товарної інформації, яка повинна міститися у них, встановлюють вимоги до мови подання інформації тощо.

Метою даної роботи є постатейне ознайомлення з конкретними документами стосовно використання окремих видів ТСД та носіїв реклами як носіїв ТІ та аналіз їх змісту. Результати роботи оформляються у вигляді табл. 7.

Результати аналізу правової бази у сфері застосування реклами і ТСД як видів ЗТІ

Група і вид ТСД або вид носія реклами	Законодавчий чи нормативно-правовий документ	Номер і назва статті (пункту чи параграфу)	Короткий зміст правового обґрунтування використання даного тсд або носія реклами
Реклама	Закон України «Про рекламу»	Стаття 1. Визначення термінів	"... реклама - спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі та у будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку; рекламні засоби - засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача в будь-якій формі та в будь-який спосіб"
Технічний регламент	Закон України «Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини»	Стаття 1. Визначення термінів	... технічний регламент - нормативно-правовий акт, затверджений Кабміном України, в якому для конкретного виду продовольчої продукції встановлюються показники якості та показники безпеки для здоров'я і життя людини, тварин або рослин і охорони довкілля, правила маркування і введення продукції в обіг, а також порядок підтвердження відповідності та визначені повноваження органів, які здійснюють контроль за продукцією"

Питання для контролю знань

1. Які групи документів входять до торговельної документації як виду ЗТІ ?
2. Сформулюйте визначення терміну "товаросупровідна документація".
3. Які основні види документів входять до товаросупровідної документації?
4. Перерахуйте різновиди кількісних товаросупровідних документів.
5. Перерахуйте різновиди якісних товаросупровідних документів.
6. Перерахуйте різновиди розрахункових товаросупровідних документів.
7. Перерахуйте різновиди комплексних товаросупровідних документів.
8. Перерахуйте різновиди експлуатаційних товаросупровідних документів.
9. В чому полягають особливості функцій ТСД як джерел і носіїв товарної інформації?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №6

Тема: *Маркування товарів*

Мета заняття: вивчити основні види маркування та галузі їх використання; сформулювати розуміння функцій та призначення маркування товарів.

Матеріальне забезпечення: збірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 2 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Види маркування.
2. Основні функції маркування.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 6.1. Проаналізуйте ситуативне завдання.

До магазину надійшла партія імпортованих солодоців. На упаковці зазначено лише: назва продукту; маса нетто; країна виробник; дата виготовлення. Українською мовою інформація відсутня. Немає відомостей про склад, термін придатності та умови зберігання. Завдання:

1. Визначте, чи можна допустити товар до реалізації в Україні згідно з вимогами щодо маркування.
2. Яку інформацію необхідно додати, щоб товар відповідав законодавству?
3. Що повинен зробити імпортер перед продажем товару українським споживачам?

Завдання 6.2. Проаналізуйте ситуативне завдання. Під час перевірки складу виявлено ящики з побутовою технікою, на яких відсутні такі елементи транспортного маркування: знак «Верх»; знак «Крихке»; знак, що позначає захист від вологи. В результаті невірної зберігання частина техніки була пошкоджена. Завдання:

1. Поясніть, які помилки були допущені під час маркування та які наслідки вони спричинили.
2. Вкажіть, які маніпуляційні знаки повинні бути на упаковці побутової техніки.
3. Запропонуйте рекомендації підприємству для уникнення подібних ситуацій у майбутньому.

Завдання 6.3. Вивчення вимог до маркування

Студентам пропонується опрацювати вимоги українського законодавства (закон «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», ДСТУ щодо маркування товарів, правила нанесення знаків відповідності), а також переглянути реальні зразки маркування товарів. Завдання:

1. Оберіть будь-який товар (харчовий або непродовольчий).
2. Складіть перелік обов'язкових елементів маркування для цього виду товару згідно з вимогами законодавства.
3. Проаналізуйте фактичне маркування товару: які елементи присутні; яких елементів бракує; чи відповідає інформація державним вимогам (мова, повнота, достовірність).
4. Підготуйте короткий висновок: чи може товар бути допущений до реалізації; які доповнення або зміни необхідно внести.

Питання для контролю знань

1. Назвіть основні види маркування.
2. Як відрізняються види маркування залежно від сфери використання?
3. Маркування товарів і міжнародна торгівля.
4. Стандартизація в галузі маркування товарів.
5. Вимоги нормативних документів до маркування товарів.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №7

Тема: *Виробниче маркування товарів*

Мета заняття: вивчити основні види носіїв виробничого маркування та галузі їх використання.

Матеріальне забезпечення: збірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 4 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Основні види носіїв виробничого маркування.
2. Вимоги до етикеток.
3. Особливості окремих видів виробничого маркування.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 7.1. Вивчення основних видів носіїв виробничого маркування.

Розглянути основні види виробничого маркування: етикетки, контр етикетки, кольєретки, бандеролі, вкладиші, пакування та ін.. дати коротку характеристику кожному виду носія.

Розглянути три зразки різних носіїв виробничого маркування. Визначити основні види та форми товарної інформації, яка на них подана. Визначити співвідношення між різними видами товарної інформації на кожному виді носія виробничого маркування.

Завдання 7.2. Вивчення вимог до виробничого маркування

1. Оберіть будь-який товар (харчовий або непродовольчий).

2. Складіть перелік обов'язкових елементів маркування для цього виду товару згідно з вимогами законодавства.

3. Проаналізуйте фактичне маркування товару: які елементи присутні; яких елементів бракує; чи відповідає інформація державним вимогам (мова, повнота, достовірність).

4. Підготуйте короткий висновок: чи може товар бути допущений до реалізації; які доповнення або зміни необхідно внести.

Завдання 7.3. Маркування харчового виробництва (упаковка + партії).

На підприємстві з виробництва молочної продукції під час аудиту ISO 22000 було виявлено, що: дата виготовлення на упаковках іноді друкується нечітко і стирається при транспортуванні; у маркуванні партій використовується ручне проставлення цифр, через що виникають дублікати номерів; не вказується код виробничої лінії; фактичні дані в реєстрах не збігаються з маркуванням на упаковці. Завдання:

1. Проаналізуйте порушення з точки зору вимог до простежуваності та безпечності продукції.

2. Поясніть, чому нечітке нанесення дати виготовлення є критичним для харчового виробництва.

3. Запропонуйте вимоги до правильного нанесення дати, номера партії та ідентифікації лінії.

4. Обґрунтуйте необхідність переходу до автоматизованої системи маркування. Які переваги вона дає?

5. Розробіть пропозиції щодо контролю правильності нанесення маркування на кожному етапі виробництва.

Питання для контролю знань

1. Що таке виробниче маркування і для чого воно потрібне?

2. Які основні елементи виробничого маркування повинні наноситися на продукцію?

3. У чому полягає різниця між виробничим, транспортним та споживчим маркуванням?

4. Які нормативні документи регулюють виробниче маркування в Україні?

5. Які наслідки може спричинити неправильне або неповне виробниче маркування?

6. Що таке traceability (простежуваність) і як вона пов'язана з маркуванням?

7. Для чого на виробництві застосовують серійні та партійні номери?

8. Які вимоги висуваються до нанесення дати виготовлення та терміну придатності?

9. Які методи нанесення виробничого маркування існують (лазерне, струмене, етикеткове, тиснення тощо)?

10. Які елементи маркування можуть бути критично важливими для безпечності продуктів харчування та промислових виробів?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №8

Тема: *Торгове маркування. Спеціальне маркування*

Мета заняття: вивчити основні види носіїв торгового та спеціального маркування та галузі їх використання.

Матеріальне забезпечення: збірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 4 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Види торгового маркування.
2. Сфера використання спеціального маркування. Вимоги до спеціального маркування

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 8.1. Проаналізуйте основні види торгового маркування.

Розгляньте основні види торгового маркування фіскальний чек та цінник. Визначте основні елементи цих носіїв, їх співвідношення.

Завдання 8.2. Проаналізуйте маркування ювелірних виробів.

Розгляньте маркування двох зразків ювелірних виробів. Замалюйте в зошит пробірне клеймо та іменник виробів. Проаналізуйте усю інформацію, яка подана на ювелірному ярлику.. відповідь подайте текстово.

Завдання 8.3. Вивчення вимог до енергетичного маркування.

Розгляньте енергетичні етикетки двох різних електропобутових товарів. Визначте основні елементи маркування відповідно до поданого прикладу для етикетки пральної машини:

Енергетична етикетка на пральні машини містить таку інформацію:

- клас енергетичної ефективності;
- обсяг енергоспоживання;
- клас ефективності прання;
- клас ефективності віджимання;
- максимальну швидкість обертів центрифуги;
- масу завантаженої білизни;
- обсяг споживання води;
- обсяг річного споживання електроенергії та води під час використання пральної машини сім'єю з чотирьох осіб, що визначається як середній обсяг споживання за 200 циклів прання бавовняної тканини при 60 °С відповідно до національних стандартів;
- скоригований рівень звукової потужності.

Питання для контролю знань

1. Назвіть основні види торгового маркування.
2. Яку основну інформацію містить фіскальний чек??

3. Яку основну інформацію містить цінник товару?
4. Маркування яких товарних груп регламентується законодавчо?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №9

Тема: Інформаційні знаки.

Мета заняття: вивчити теоретичні засади подання знакової інформації; засвоїти поняття про ІТЗ та вивчити їх групову класифікацію; вміти ідентифікувати основні види ІТЗ і визначати товарознавчий зміст та функції знаків різних груп.

Матеріальне забезпечення: взірці товарних упаковок і тари; носії виробничого товарного марку вання; взірці друкованих рекламних засобів, комплект спеціально літератури; комплект товаросупровідних експлуатаційних документів.

Час виконання: 10 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми

"Інформаційні товарні знаки як складова частина товарного маркування та інших видів ЗТІ"

1. Поняття про знаки. Знаки-символи та знаки-ознаки. Терміни та визначення: знаки, символи, емблеми, ідеограми, піктограми, коди. Знаки обслуговування. Поняття про мовні і немовні знаки.

2. Інформаційні товарні знаки (ІТЗ). Вимоги до ІТЗ. Класифікаційний перелін інформаційних товарних знаків. Характеристика основних груп та видів ІТЗ. Поняття про власне товарні знаки. Знаки найменування місця походження товару. Маніпуляційні знаки. Екомаркування та екознаки: три підгрупи екознаків; проект "Зелена крапка"; спеціальні екознаки. Попереджувальні знаки. Знаки відповідності і якості: національні і транснаціональні знаки; знаки підтвердження безпеки і знаки підтвердження рівня якості. Власне інформаційні товарні знаки - їх товарознавчий зміст; асортиментні та комунікаційні знаки. Експлуатаційні знаки - застосування стосовно окремих товарних груп. Розмірні знаки - використання для різних товарних груп. Компонентні знаки. Функції груп ІТЗ як структурних елементів ЗТІ.

3. Штрихове кодування (ШК) як вид інформаційних знаків. Визначення терміну. Основний принцип ШК. Класифікація і структура ШК різних типів. Застосування ШК різних типів. Ознаки, що дозволяють відрізнити справжні ШК від фальсифікованих.

ХІД РОБОТИ

Завдання 9.1. Визначення товарознавчого змісту і функцій інформаційних товарних знаків (ІТЗ) різних груп.

Початок виконання роботи полягає в ознайомленні студентів з комплектом взірців видів ЗТІ. Використовуючи знання, набуті при виконанні попередніх лабораторних робіт, отримані для ознайомлення взірці слід ідентифікувати як конкретний вид та різновид ЗТІ: товарне маркування (етикетка на упаковці чи сама упаковка, підвісна бирка, товарний чек, клеймо на ювелірному виробі, вкладиш до коробки з кондитерськими виробами тощо), реклама та пропаганда (буклет, проспект, тощо), ТСД (інструкція з експлуатації, паспорт до виробу ПРЕА чи ПЕНП), спеціальна література (каталог виробника чи торговельний каталог тощо).

Основна мета виконання даної роботи полягає у вивченні номенклатури ІТЗ, які входять у структуру товарної інформації розглянутих взірців, а також у визначенні їх товарознавчого змісту та функцій. Рекомендується розглянути 8-10 взірців (по 2-3 на кожен вид ЗТІ). Зображення знаків можна замальовувати. Результати роботи слід оформити у вигляді таблиці 8.

Таблиця 8

Товарознавча характеристика інформаційних товарних знаків,
які входять у структуру ТІ

Товарна група, вид виробу	Вид ЗТІ	Назва носія	Група ІТЗ	Товарознавчий зміст ІТЗ	Функції ІТЗ

Питання для контролю знань

1. Дайте визначення терміну "знак" та варіанти його трактування.
2. Що таке мовні і немовні знаки? Дайте визначення і наведіть приклади.
3. Які видові поняття включає термін "знак" як поняття родові?
4. Дайте визначення понять: символ, емблема, марка, піктограма, ідеограма, код.
5. Дайте визначення терміну "інформаційні товарні знаки" (ІТЗ). Вимоги до ІТЗ.
6. Дайте класифікаційний перелік інформаційних товарних знаків.
7. Що таке "власне товарні знаки". Які функції ЗТІ реалізуються у цій групі знаків?
8. У чому полягає товарознавчий зміст "знаків найменування місця походження товару"? Як їх поділяють? Які функції ЗТІ реалізуються у цій групі знаків?
9. У чому полягає товарознавчий зміст "маніпуляційних знаків"? Які функції ЗТІ реалізуються у цій групі знаків?
10. Що таке "екознаки"? Як їх поділяють? Що таке проект "Зелена крапка"? Які Ви знаєте спеціальні екознаки? Які функції ЗТІ реалізуються у цій групі знаків?

11. У чому полягає товарознавчий зміст "попереджувальних знаків"? Як їх поділяють? Які функції ЗТІ реалізуються у цій групі знаків?

12. У чому полягає товарознавчий зміст "знаків відповідності і якості"? Як їх поділяють? Які Ви знаєте знаки якості і знаки підтвердження безпеки? Які Ви знаєте знаки підтвердження рівня якості? Функції ЗТІ, що реалізуються у цій групі?

13. У чому полягає товарознавчий зміст "власне інформаційних товарних знаків"? Наведіть їх приклади. Що таке комунікаційні та асортиментні знаки? Які функції ЗТІ реалізуються у цій групі знаків?

14. У чому полягає товарознавчий зміст "експлуатаційних знаків"? Наведіть приклади використання для різних товарних груп. Функції ЗТІ, що реалізуються у них.

15. Дати визначення терміну "розмірні знаки". Наведіть приклади їх використання для різних товарних груп. Які функції ЗТІ реалізуються у цій групі знаків?

16. Дати визначення терміну "компонентні знаки". Наведіть приклади їх використання для різних товарних груп.

17. У чому полягає товарознавчий зміст "штрихового коду" як різновиду ІТЗ? Функції та класифікація штрихового кодування.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №10

Тема: *Стандартизація маркування*

Мета заняття: вивчити термінологію у сфері стандартизації; вивчити основні види нормативних документів і визначати їх товарознавчий зміст та функції.

Матеріальне забезпечення: взірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час: 2 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Види нормативних документів у сфері стандартизації.
2. Функції нормативних документів.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 10.1. Аналіз нормативних документів, що регулюють маркування харчових продуктів.

Студент отримує перелік нормативних документів, які можуть регулювати маркування харчових товарів. Наприклад:

Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»;

ДСТУ 4518:2008 «Продукти харчові. Маркування для споживачів»;

Технічний регламент щодо правил маркування харчових продуктів;

Внутрішній стандарт підприємства з оформлення етикеток

Завдання для студента:

1. Визначте, які з документів є національними стандартами, які — технічними регламентами, а які — законами або внутрішніми корпоративними документами.

2. Поясніть роль кожного з цих документів у процесі маркування харчових продуктів.

3. Опишіть, яку функцію виконує кожний тип документа: регуляторну, інформаційну, захисну, ідентифікаційну, організаційну тощо.

4. Зробіть висновок, чому підприємства не можуть ігнорувати вимоги нормативних документів під час маркування товарів.

Завдання 10.2. Класифікація нормативних документів та визначення їх змісту й функцій у сфері маркування товарів.

Студент отримує таблицю з переліком різних нормативних документів (умовний перелік):

1. Закон України «Про захист прав споживачів»

2. ДСТУ 4518:2008 «Продукти харчові. Маркування для споживачів»

3. Технічний регламент низьковольтного електричного обладнання

4. Галузевий стандарт підприємства щодо оформлення маркування косметичної продукції

5. Міжнародний стандарт ISO 7001 (піктограми та графічні символи)

6. Технологічна інструкція підприємства щодо маркування тари

7. Європейський Регламент (EU) №1169/2011 про надання інформації про харчові продукти

Завдання для студента:

1. Розподіліть наведені документи за видами: закони України; національні стандарти (ДСТУ); технічні регламенти; міжнародні стандарти; внутрішні корпоративні (локальні) стандарти підприємства; регламенти ЄС та міжнародні нормативно-правові акти.

2. Для кожного документа визначте товарознавчий зміст, тобто: які вимоги до маркування встановлює документ (інформаційні, безпекові, ідентифікаційні тощо);

які характеристики товару обов'язково повинні бути відображені згідно з документом.

3. Встановіть, які функції нормативних документів реалізуються у кожному випадку: захисна (для споживача); ідентифікаційна; інформаційна; доказова (підтвердження відповідності);

регуляторна; організаційна.

4. Зробіть висновок:
чому в торгівлі важливо враховувати різні рівні нормативних документів — від законів до внутрішніх стандартів підприємства;
які ризики виникають при їх невиконанні (юридичні, репутаційні, товарознавчі).

Питання для контролю знань

1. Яку роль виконують нормативні документи у сфері стандартизації маркування товарів?
2. Які типи нормативних документів існують в Україні (закони, ДСТУ, технічні регламенти, стандарти підприємства тощо)?
3. Які основні функції нормативних документів у маркуванні товарів (ідентифікаційна, інформаційна, регуляторна, захисна, доказова, організаційна)?
4. Чому стандартизація маркування є важливою для споживача та продавця?
5. Які наслідки можуть виникнути для підприємства у разі недотримання вимог стандартів щодо маркування?
6. Чим відрізняються вимоги нормативних документів для харчової та непродовольчої продукції?
7. Які елементи маркування вважаються обов'язковими згідно з державними стандартами та технічними регламентами?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №11

Тема: *Штрихове кодування*

Мета заняття: вивчити теоретичні засади штрихового кодування; вміти перевіряти правильність штрихкоду та розраховувати контрольну цифру штрихкоду товару.

Матеріальне забезпечення: взірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 4 години.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Основні функції штрихового кодування.
2. Структура штрихкоду.
3. Розрахунок контрольної цифри штрих-коду

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 11.1. Аналіз штрихового коду товару та визначення відповідності країні виробника.

Проаналізуйте три приклади штрихкоду на товарах-зразках. Необхідно визначити структуру штрихкоду, країну реєстрації виробника, безпосередньо виробника та артикул товару.

Завдання 11.2. Перевірте правильність контрольної цифри штрихкоду на трьох поданих зразках.

Обчисліть контрольну цифру за алгоритмом EAN-13:

додати цифри, що стоять на непарних позиціях (крім 13);

додати цифри, що стоять на парних позиціях та помножити цю суму на 3;

додати результати дії 1) та 2);,

визначити число, яке потрібно додати до суми, щоб отримати найближче число, кратне 10.

порівняйте отриману контрольну цифру з поданою в коді.

зробіть висновок: штрихкод коректний чи містить помилку.

Завдання 11.4. . Виявлення підробленого товару за помилками в штриховому кодуванні.

У магазин повернувся покупець, який придбав косметичний товар з кодом EAN-13: 590 34581 7264. Він висловив підозру, що продукція може бути підробленою, адже зовнішній вигляд упаковки відрізняється від звичної. Менеджер магазину повинен перевірити штрихкод та зробити попередній висновок щодо автентичності.

Завдання для студентів: визначте, якій країні належать перші три цифри штрихкоду; проаналізуйте, чи відповідає структура коду стандарту EAN-13;

обчисліть контрольну цифру; порівняйте її з поданою в штрихкоді;

поясніть, чи може невірна контрольна цифра свідчити про підробку, чи існують інші можливі причини (наприклад, друкарська помилка, приватні маркування виробника);

зробіть висновок щодо ймовірності підроблення.

Питання для контролю знань

1. Що таке штрихкод і для чого він використовується у торговельній діяльності?

2. Які стандарти штрихового кодування найчастіше застосовуються в міжнародній торгівлі?

3. Яку інформацію містять перші три цифри у штрихкодах типу EAN-13?

4. Яким чином формується контрольна цифра в штрихкоді EAN-13? Опишіть алгоритм її обчислення.

5. Чому важливо перевіряти контрольну цифру під час приймання товарів у магазин?

6. Які можливі наслідки можуть виникнути у торговельного підприємства в разі використання некоректного або підробленого штрихкоду?

7. Чим відрізняються коди виробника та коди товару у структурі EAN-13 та як формується їх довжина?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №12

Тема: *Товарні знаки: товарознавчий зміст та функції. Вивчення видів товарних знаків та їх структурних елементів. Вивчення особливостей товарних знаків як елементів бренду*

Мета заняття: вивчити термінологію у сфері застосування ТЗ і їх класифікацію; вміти ідентифікувати їх основні види і визначати їх товарознавчий зміст та функції; засвоїти правила ефективної реалізації ТЗ у комерційній практиці

Матеріальне забезпечення: взірці товарних упаковок і тари; носії виробничого товарного маркування.

Час виконання: 6 години.

Питання для підготовки при вивченні теми:

1. Товарні знаки (ТЗ): визначення і трактування терміну.
2. Класифікація товарних знаків і коротка характеристика їх груп.
3. Товарні знаки у комплексі логістичного сервісу.

"Товарні знаки як вид інформаційних знаків"

1. Товарні знаки (ТЗ): визначення і трактування терміну. Юридичне визначення терміну. Товарний знак як предмет вивчення товарної інформації, маркетингу та право- і патентознавства. Товарний знак як родове поняття та його види: марка виробнича, марка торгова, марка товарна, марочна назва, фірмове ім'я, марочний знак, власне товарний знак.

2. Товарні знаки у комплексі логістичного сервісу. Поняття про бренд. Співвідношення понять "бренд" і "товарна марка". Поняття: "strong brand", "корпоративний бренд" і "бренд-продукт". Топ-бренди і критерії їх визначення. Структурні елементи бренду: логотип, фірмова назва, емблема, слоган. Зв'язок бренду з фірмовим стилем. Фірмовий стиль: визначення поняття та його елементи. Фірмовий блок, фірмові шрифти і фірмові константи. Носії фірмового отитлю. Три визначальні елементи бренду фірми у контексті поняття "фірмовий стиль".

3. Класифікація товарних знаків і коротка характеристика їх груп. Функції товарних знаків: функція індивідуалізації, рекламна здатність, соціальна функція, гарантійна функція. Вимоги до застосування ТЗ у практиці ринкової діяльності.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 12.1. Вивчення та аналіз правової бази, яка регулює застосування товарних знаків у практиці підприємницької діяльності

На відміну від сфери застосування інформаційних товарних знаків, використання товарних знаків та всіх їх видів у комерційній практиці має досить ґрунтовну законодавчу базу. Ці законодавчі і підзаконні акти містять

конкретні вимоги стосовно використання різних видів товарних знаків, їх реєстрації та правового захисту, дій, пов'язаних з таким захистом тощо.

Метою даної роботи є постатейне ознайомлення з цими документами та аналіз і змісту стосовно об'єкту нашого дослідження. Основну увагу слід приділити вивченню Закону України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг". Ознайомтесь з основним вимогами щодо захисту товарних знаків. Відповідь подайте в усній формі.

Завдання 12.2. Вивчення видів товарних знаків та їх структурних елементів. Вивчення особливостей товарних знаків як елементів бренду

Початок виконання роботи полягає в ознайомленні студентів з комплектом товарних взірців (або взірців видів ЗТІ). Рекомендується розглянути 6-8 взірців, ідентифікуючи при цьому їх вид, різновид (марку, артикул), належність до конкретної товарної групи та підгрупи. Далі у процесі роботи слід встановити наявність у структурі товарного маркування цих взірців торгової марки і товарного знаку. При цьому треба подати опис досліджуваних об'єктів (по можливості варто змалювати їх зображення). Використовуючи визначення, подані у питанні 1, деталізуйте структуру торгової марки, тобто наявність товарної марки чи марочної назви.

Крім того, необхідно вивчити особливості товарних знаків (торгових марок як брендів. Для цього треба встановити наявність у маркуванні слогану (колонка та додаткових атрибутів: логотипів, емблем, фірмової назви тощо. Можна також визначити фірмові кольори, відзначити особливості шрифтів, характер елементи дизайну упаковки і т. п.

Результати роботи слід оформити у вигляді таблиці.

Питання для контролю знань

1. Що таке товарний знак? Дайте визначення і трактування терміну. Подайте юридичне визначення терміну.
2. Як трактують поняття ТЗ з погляду товарної інформації, маркетингу і патенто- та правознавства?
3. Які видові поняття включає в себе родове поняття "товарний знак"? Назвіть типи товарних марок.
4. Що таке бренд? Чим бренд відрізняється від торгової марки? Як трактують це поняття психологи?
5. Що означають поняття "strong Brand", "корпоративний бренд" та "бренд-продукт"?
6. Що означає поняття "top-Brand"? Наведіть приклади таких брендів. Подайте приклади найвідоміших вітчизняних брендів.
7. Елементи бренду. Дайте їх стислу характеристику. Що таке фірмова назва?
8. Що таке логотип як вид товарного знаку? Які Ви знаєте способи створення логотипів?

9. Що таке слоган? Наведіть приклади. Особливості поняття "емблема" як виду товарного знаку.

10. Що таке фірмовий стиль і що є його елементами? Визначення: фірмовий блок, фірмові константи і шрифти.

11. Що може бути носіями фірмового стилю? Назвіть три визначальні елементи бренду фірми.

12. За якими ознаками і як класифікують товарні знаки? Що таке звичайні і престижні знаки?

13. Що таке асортиментні товарні знаки? Наведіть приклади видових і марочних знаків.

14. Дайте визначення і перерахуйте функції товарних знаків. Які Ви знаєте практичні правила їх застосування ?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №13

Тема: *Особливості товарної інформації для продовольчих товарів*

Мета заняття: вивчити основні теоретичні положення щодо маркування продовольчих товарів.

Матеріальне забезпечення: збірці первинної тари і споживчої упаковки продтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 10 години.

Теоретичні відомості для підготовки при вивченні теми

Маркування консервованих овочів та фруктів

Особливі вимоги висуваються до якості упаковки та повноти маркування оливок консервованих чи маринованих. При перевірці маркування особливу увагу звертають на наявність таких позначень відповідно до ДСТУ 4518:2008:

- назва продукту;
- калібр;
- назва і місцезнаходження (юридичну адресу, країну) виробника, пакувальника, експортера, імпортера; товарний знак виробника (за наявності);
- спосіб консервування та зазначення спеціальних способів оброблення сировини чи готового продукту;
- номінальна масу нетто (г, кг) або об'єм продукту (дм³) та допустиме відхилення (%);
- маса або масова частка основного продукту;
- товарний сорт (за наявності);
- склад продукту та перелік основних компонентів;
- харчові добавки, ароматизатори, біологічно активні добавки до їжі, джерела генетично модифікованих організмів;
- енергетична цінність (калорійність) (кДж і (або) ккал);
- поживна (харчова) цінність;

- рекомендації щодо особливостей приготування і вживання продукту;
- умови зберігання (температурний режим, відносну вологість повітря, освітлення – для продуктів у світлопроникній тарі);
- дата виготовлення та дата пакування; строк придатності або кінцеву дату споживання «Вжити до...»;
- номер партії виробництва; позначення нормативного документа, згідно з яким виготовлено і може бути ідентифіковано продукт;
- штриховий код;
- інформація щодо сертифікації (за наявності).

При оцінюванні маркування варто звернути увагу на такі особливості: жоден з закордонних виробників на упакуванні власного виробництва не проставить назву продукту як «Маслини» – і зелені, і чорні, і очорнені плоди матимуть назву «Olives». Калібр оливок вказується у прямокутнику, який нанесений поряд з вказаною масою нетто продукту. Окремі виробники наносять на упакування – найчастіше скляну тару – наносять власне додаткове маркування, стрічки, на яких проставляють назву сорту, період збирання продукту.

Маркування коньячних виробів

На лицьовій стороні етикетки кожної пляшки або самої пляшки (іншого посуду), які реалізуються через торговельну мережу, в доступній для споживача формі згідно з чинним законодавством про мови вказуються:

- загальна та власна назви виробу;
- найменування виробника;
- знак для товарів і послуг;
- географічна назва місця виготовлення виробу, якщо найменування виробника не відображає місця розташування суб'єкта господарювання;
- вміст спирту (% об.);
- місткість посуду;
- вміст цукру;
- вік коньячних спиртів (для коньяків спеціального найменування та марочних);
- дата розливу;
- позначення нормативного документа (для продукції вітчизняного виробництва, призначеної для реалізації на території України).

Штриховий код повинен бути нанесений на видиму сторону етикетки, або контретикетки, або пляшки (іншого посуду).

На видимій стороні етикетки, або контретикетки, або корка, або пляшки (іншого посуду) виробу повинні бути зазначені дата виготовлення виробу, код суб'єкта господарювання та номер ліцензії на виробництво.

На кольєретці вказується кількість зірочок або найменування коньяку. На пляшки з колекційним коньяком наклеюють додатковий ярлик, на якому зазначено «Колекційний. Додатково витриманий в колекції ___ років».

Підприємства можуть наклеювати на пляшки контретикетки художньо

оформлені стрічки, наносити додаткову інформацію, престижні знаки-нагороди, інформаційні відомості рекламного характеру, застереження щодо вживання, рекомендації щодо вживання напою, товарний знак.

Французькі коньяки маркуються відповідно до законодавчих актів ЄС, і на маркуванні виноситься така інформація:

- найменування;
- Cognac або Fine Cognac – справжній коньяк;
- Eau de-vie de Cognac або Eau de-vie de Charentes – справжній коньячний спирт;
- Grande Champagne або Grande Fine Champagne – коньяк, в якому 100% коньячних спиртів із Гран Шампані;
- Petit Champagne або Petit Fine Champagne – коньяк, в якому 100% коньячних спиртів з Пет Шампані;
- Fine Champagne – коньяк, складений з коньячних спиртів Гран Шампані і Пті Шампані, але частка перших становить не менше 50%;
- Borderies або Fine Borderies – коньяк, в якому 100% коньячних спиртів з Бордері;
- Fins Bois або Fine Fins Bois – коньяк, в якому 100% коньячних спиртів з Фен Буа;
- Bons Bois або Fine Bons Bois – коньяк, в якому 100% коньячних спиртів з Бон Буа;
- ємність (згідно з Директивою Парламенту і Ради ЄС 75/106/ЕЕС від 19 січня 1974 року про зближення законодавства держав-членів, що стосуються попередньої розфасовки за обсягом рідин);
- міцність (в% об.) (повинна бути вказана в полі зору на лицьовій або контретикетці);
- юридична назва, адреса виробника або підприємства з розливу, зареєстрованого в Європейському Співтоваристві (згідно з Директивою Парламенту і Ради ЄС 2000/13/ЕС від 20 березня 2000 року про зближення законодавств держав-членів щодо маркування, зовнішнього вигляду і реклами харчових продуктів);
- апеллясьон приналежності (Fine Champagne Appellation Contrôlée, Grande Champagne Appellation Contrôlée, Petite Champagne Appellation Contrôlée і т. д.).

Завдання 13.1. Оцінити правильність маркування наданих зразків продовольчих товарів.

Розглянути 5 зразків харчових продуктів різних товарних груп Дати повний опис маркування. Оцінити відповідність товарної інформації вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». Розглянути стандарти на маркування даних продуктів. Порівняти вимоги українського та європейського законодавства щодо подання товарної інформації на маркуванні харчових продуктів. Особливу увагу при аналізі

звернути на позначення алергенів, поживної цінності продукту та терміну реалізації.

1. Проаналізуйте наведений приклад маркування та визначте, чи містить він усі обов'язкові елементи товарної інформації відповідно до вимог законодавства.

2. Визначте, чи подані дані є достатніми для повноцінного інформування споживача при виборі товару.

3. Проаналізуйте, яку роль відіграє кожний елемент товарної інформації у підтриманні безпеки, якості й прозорості для покупця.

4. Визначте, який з товарів має кращу інформаційну підтримку для споживача та обґрунтуйте свою відповідь.

5. Позначте інформацію, яка є критично важливою для різних груп споживачів: людей з алергіями, осіб із дієтичними обмеженнями, покупців з дітьми тощо.

6. Поясніть, які елементи інформації найбільше впливають на рішення реального покупця при виборі продукту та чому.

7. Сформулюйте рекомендації щодо покращення товарної інформації (якщо є недоліки або відсутні елементи).

Питання для контролю знань

1. Які основні групи товарної інформації використовуються для продовольчих товарів?

2. Які елементи маркування є обов'язковими для всіх продовольчих продуктів?

3. Чому інформація про склад продукту має велике значення для споживача?

4. Яку роль відіграє харчова (енергетична) цінність у товарній інформації?

5. Чим важливі дані про алергени та харчові добавки?

6. Чому строк придатності та умови зберігання належать до критично важливої інформації?

7. Які вимоги висуваються до маркування непродовольчих продовольчих товарів (фрукти, овочі, хлібобулочні вироби на вагу)?

8. Яким чином товарна інформація впливає на безпеку споживача?

9. Які наслідки можуть виникнути у підприємства, якщо товарна інформація неповна або недостовірна?

10. Чим відрізняється обов'язкова інформація від добровільної та які види даних найчастіше подаються виробником додатково?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №14

Тема: *Особливості товарної інформації для непродовольчих товарів*

Мета заняття: вивчити основні теоретичні положення маркування непродовольчих товарів.

Матеріальне забезпечення: взірці первинної тари і споживчої упаковки непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів).

Час виконання: 8 годин.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Завдання 14.1. Оцінити правильність маркування наданих 5 зразків непродовольчих товарів.

Дати повний опис маркування.

1. Проаналізуйте наведений приклад маркування та визначте, чи містить він усі обов'язкові елементи товарної інформації відповідно до вимог законодавства.

2. Визначте, чи подані дані є достатніми для повноцінного інформування споживача при виборі товару.

3. Проаналізуйте, яку роль відіграє кожний елемент товарної інформації у підтриманні безпеки, якості й прозорості для покупця.

4. Визначте, який з товарів має кращу інформаційну підтримку для споживача та обґрунтуйте свою відповідь.

5. Позначте інформацію, яка є критично важливою для різних груп споживачів: людей з алергіями, осіб із дієтичними обмеженнями, покупців з дітьми тощо.

6. Поясніть, які елементи інформації найбільше впливають на рішення реального покупця при виборі продукту та чому.

7. Сформулюйте рекомендації щодо покращення товарної інформації (якщо є недоліки або відсутні елементи).

Завдання 14.2. Визначення обов'язкових елементів маркування непродовольчих товарів.

Студент вибирає будь-який непродовольчий товар (одяг, косметика, побутовий прилад, меблі, засоби побутової хімії, іграшки тощо).

Завдання для студента:

1. Перепишіть усі елементи маркування, подані на пакуванні, етикетці або в інструкції (назва товару, виробник, призначення, склад матеріалів, попередження, технічні характеристики тощо).

2. Розподіліть знайдену інформацію на групи:
ідентифікаційна інформація (назва, модель, артикул, серійний номер, виробник, країна походження, стандарти, знаки відповідності, штрихкод);
експлуатаційна інформація (спосіб використання, режими роботи, рекомендації).

безпекова інформація (попереджувальні знаки, обмеження, вікові вимоги, застереження);

склад або матеріали (для текстилю, косметики, меблів тощо);

3. Визначте, які з цих елементів є обов'язковими згідно з нормативними

документами для даної групи товарів.

4. Проаналізуйте, чи є інформація зрозумілою, повною та достатньою для безпечного та правильного використання товару.

5. Напишіть висновок: які елементи маркування виконані коректно, а які потребують уточнення або доповнення.

Питання для контролю знань

1. Які основні функції виконує маркування непродовольчих товарів?

2. Які елементи маркування є обов'язковими для більшості непродовольчих товарів?

3. Чим відрізняється маркування технічно складної продукції від маркування текстильних виробів?

4. Що означають знаки відповідності на непродовольчих товарах (наприклад, знак відповідності технічним регламентам України, СЕ)?

5. Які відомості повинні містити інструкції з експлуатації побутових приладів?

6. Чому інформація про матеріал або склад виробу є важливою для споживача?

7. Які попереджувальні знаки найчастіше використовуються на косметиці, побутовій хімії, іграшках?

8. Яким чином маркування допомагає забезпечити безпеку споживача при використанні непродовольчих товарів?

9. Які наслідки можуть виникнути у виробника або продавця у разі неналежного або неповного маркування?

10. У чому полягає різниця між обов'язковими та добровільними елементами маркування та які дані найчастіше подаються добровільно?

Рекомендована література

1. Передрій О.І., Пахолюк О.В. Товарна інформація : підручник. Луцьк: Вежа, 2025. 266 с.
2. Labels and markings. URL: https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/index_en.htm.
3. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text>
4. Marking, labelling and marketing standards for imports and exports. URL: <https://www.gov.uk/government/collections/markings-labelling-and-marketing-standards-for-imports-and-exports>
5. Довідник стандартів ЄС щодо регулювання органічного виробництва та маркування органічних продуктів. Львів : ЛА "ПІРАМІДА", 2021. 127 с.
6. ДСТУ ISO 14024 Екологічні маркування та декларації - Екологічне маркування типу I - Принципи та методи.
7. ДСТУ 3145-95. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Загальні вимоги
8. ДСТУ 3146-95. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Штрихові позначення EAN. Вимоги до побудови
9. ДСТУ ISO 780-2001 Пакування. Графічне маркування щодо поводження з товарами
10. ДСТУ 4260-2003 Споживча тара і пакування. Маркування. Загальні вимоги
11. ДСТУ ISO 780-2001 Пакування. Графічне маркування щодо поводження з товарами.
12. ДСТУ 4260-2003 Тара і пакування спожиткові. Маркування. Загальні вимоги.
13. ДСТУ 4519:2006 Споживче маркування товарів легкої промисловості. Загальні правила.
14. ДСТУ 4518-2008. Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила.

T50 Товарна інформація [текст] : методичні вказівки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі» та «Митна справа та торгівля» спеціальності D7 Торгівля галузі знань D Бізнес, адміністрування та право денної та заочної форм навчання / уклад. О. І. Передрій. – Луцьк: Луцький НТУ, 2019. – 34 с.

Видання містить методичні вказівки до практичних занять з курсу дисципліни «Товарна інформація», перелік літератури для підготовки студентів до виконання практичних занять.

Призначене для студентів спеціальності Торгівля.

Комп'ютерний набір
Редактор

О.І. Передрій
О.І. Передрій

Підп. до друку 2019 р.
Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк.2,1 Тираж ___ прим. Зам. .

Інформаційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018 м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – РВВ Луцького НТУ