

ТОВАРНА ІНФОРМАЦІЯ

Методичні вказівки до виконання самостійної роботи
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

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 виконання самостійної роботи 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 виконання самостійної роботи з курсу дисципліни «Товарна інформація», перелік літератури для підготовки студентів до виконання практичних занять.

© Передрій О.І., 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
САМОСТІЙНА РОБОТА №1	
Законодавче забезпечення вимог до товарної інформації	6
САМОСТІЙНА РОБОТА №2	
Види і форми товарної інформації	10
САМОСТІЙНА РОБОТА №3	
Вимоги до товарної інформації	12
САМОСТІЙНА РОБОТА №4	
Засоби товарної інформації. Функції засобів товарної інформації	15
САМОСТІЙНА РОБОТА 5	
Товаросупровідні документи	18
САМОСТІЙНА РОБОТА 6	
Маркування товарів	21
САМОСТІЙНА РОБОТА №7	
Виробниче маркування товарів	25
САМОСТІЙНА РОБОТА №8	
Торгове маркування. Спеціальне маркування	26
САМОСТІЙНА РОБОТА №9	
Інформаційні знаки	28
САМОСТІЙНА РОБОТА №10	
Стандартизація маркування	33
САМОСТІЙНА РОБОТА №11	
Штрихове кодування	36
САМОСТІЙНА РОБОТА №12	
Товарні знаки: товарознавчий зміст та функції.	38
САМОСТІЙНА РОБОТА №13	
Особливості товарної інформації для продовольчих товарів	40
САМОСТІЙНА РОБОТА №14	
Особливості товарної інформації для непродовольчих товарів	46
Рекомендована література	48

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.

3. Зміст дисципліни «Товарна інформація»

Змістовий модуль 1. Види товарної інформації, вимоги до товарної інформації.

Тема 1. Поняття про товарну інформацію. Правова та нормативна база інформаційного забезпечення. Функції товарної інформації. Інформаційні ресурси національних і міжнародних мереж. Національні законодавчі та нормативні акти в галузі інформаційного забезпечення продавців і споживачів; об'єкти, норми, що встановлюються ними.

Тема 2. Види і форми товарної інформації. Основні види та форми товарної інформації. Призначення і характеристика товарної інформації різних видів і форм. Функції товарної інформації.

Тема 3. Вимоги до товарної інформації. Основні вимоги до товарної інформації. Нормативні вимоги до товарної інформації. Оцінка відповідності товарної інформації встановленим вимогам. Ознаки недостовірної інформації: спотворення, введення набувача в оману. Сучасні тенденції в галузі застосування знаків відповідності. Знаки оцінки відповідності національних і міжнародних організацій зарубіжних країн.

Тема 4. Засоби товарної інформації. Функції засобів товарної інформації. Засоби товарної інформації: класифікація, призначення. Інформаційні ресурси: поняття, призначення, види. Характеристика нормативних та технічних документів як носіїв товарної інформації. Класифікація знаків, що використовуються в складі інформації про товар.

Тема 5. Товаросупровідні документи. Види та функції товаросупровідних документів. Ступені захисту ТСД. Основні ТСД, які використовуються в митній справі.

Тема 6. Маркування товарів. Основні види та особливості маркування, як виду товарної інформації. Маркування: поняття, призначення, функції, види. Маркування товарів і міжнародна торгівля. Стандартизація в галузі маркування товарів. Вимоги нормативних документів до маркування товарів.

Тема 7. Виробниче маркування. Основні види та особливості виробничого маркування. Носії, способи нанесення та вимоги до них.

Тема 8. Торгове та спеціальне маркування. Основні види та особливості торгового маркування. Носії, способи нанесення інформації та вимоги до них. Вимоги до інформації, структура маркування.

Тема 9. Інформаційні знаки. Види та особливості інформаційних знаків. Інформаційні знаки: компонентні, експлуатаційні, маніпуляційні, попереджувальні та екологічні: поняття, призначення. Класифікація на групи і підгрупи. Характеристика інформаційних знаків різних груп і підгруп: поняття, призначення, застосовувана символіка, сутність закладеної в інформаційних знаках інформації. Правила використання інформаційних знаків. Різновиди та правила нанесення інформаційних знаків. Інформаційні знаки для товарів різних товарних груп.

Змістовий модуль 2. Інформаційні знаки та штрихове кодування різних товарів.

Тема 10. Стандартизація маркування. Технічні регламенти, що встановлюють вимоги до інформації для споживачів. Загальні і специфічні вимоги для товарів однорідних і різнорідних груп.

Тема 11. Штрихове кодування. Штрихове кодування: поняття, призначення. Історія створення штрихового кодування. Переваги використання штрихових кодів. Класифікація штрихових кодів: коди: EAN, UPC, Code 39, Codabar. Типи коду EAN. Структура кодів EAN різних типів. Критерії правильності зчитування штрихових кодів: відтворення символів, повідомлення партнерів, дотримання колірних поєднань, розмірів світлового поля, розміщення на маркуванні, розміри штрихового коду. Технологія нанесення та зчитування штрихових кодів. Технологія використання штрихового кодування в торгівлі. Особливості технології руху товарів з використанням штрихових кодів. Штрих-код як критерій кращого вибору товарів продавцями, що застосовують технологію товароруху з використанням штрихових кодів.

Тема 12. Товарні знаки. Особливості маркування сертифікованих товарів та їх пакування. Правова база використання товарних знаків. Право на товарний знак, реєстрація, експертиза, видача свідоцтва. Міжнародна реєстрація знаків. Передача товарного знака. Припинення правової охорони товарного знака. Відповідальність за незаконне використання товарного знака та найменування місця походження товару.

Тема 13. Особливості товарної інформації для продовольчих товарів

Особливості маркування продовольчих товарів однорідних груп: носії, відомості про товар. Загальні і специфічні вимоги для товарів однорідних і різнорідних груп.

Тема 14. Особливості товарної інформації для непродовольчих товарів

Особливості маркування непродовольчих товарів однорідних груп: носії, відомості про товар. Міжнародні документи, що встановлюють вимоги до маркування споживчих товарів. Особливості маркування імпортованих товарів окремих груп. Спільність і відмінності маркування за кордоном від вітчизняних товарів.

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: взірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час виконання: 5/7 годин.

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.

Завдання 1. Для обраної групи товарів (наприклад, дитячі іграшки або косметика) випишіть назви 2-3 законодавчих актів, що регулюють вимоги до їх маркування. Вкажіть одну специфічну вимогу з цих актів, яка є обов'язковою для перетину кордону (наприклад, знак відповідності технічним регламентам).

Завдання 2. Знайдіть на етикетці товару посилання на нормативний документ (ДСТУ, ТУ або Регламент ЄС). Перевірте через онлайн-реєстри, чи є цей документ чинним. Опишіть, як відсутність посилання на стандарт на маркуванні може вплинути на митну вартість або процедуру сертифікації.

ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ

1. Товарна інформація – це:

- 1) відомості про товар, які призначені лише для споживачів;
- 2) відомості про товар, призначені для виробників та продавців;
- 3) відомості про товар, призначені для всіх суб'єктів комерційної діяльності;
- 4) відомості про товар, призначені для виробників;
- 5) відомості про товар, що не мають чіткої адресної спрямованості.

2. Проміжний результат всіх форм і видів інформаційної діяльності щодо

інформаційного супроводу товарів, тобто інформація, знайдена в ході робіт із задоволення інформаційних потреб користувачів товарної інформації і подана у зручному вигляді для всіх її споживачів (виробників, комерсантів та покупців) – це:

- 1) товарна інформація;
- 2) інформаційна система;
- 3) інформаційне забезпечення товару;
- 4) інформаційний потік.

3. Згідно з вимогами нормативних актів споживач має право вимагати надання необхідної та достовірної інформації про властивості товару, виробника, продавця товару:

- 1) до моменту придбання товару;
- 2) під час покупки;
- 3) після оформлення покупки;
- 4) не має права на отримання інформації.

4. Щодо харчових продуктів, які лише упаковані або розфасовані в Україні, необхідно вказувати:

- 1) лише інформацію щодо місця походження для харчових продуктів;
- 2) лише інформацію про імпортера та пакувальника;
- 3) лише інформацію про виробника;
- 4) інформацію про імпортера, пакувальника, місце походження продукту.

5. У випадку неодержання продавцем від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар:

- 1) продавець не звільняється від відповідальності за надання споживачеві недостовірної інформації;
- 2) продавець повністю звільняється від відповідальності;
- 3) продавець звільняється від відповідальності в окремих випадках.

6. На маркуванні товару позначення нормативного документа, вимогам якого має відповідати товар, є:

- 1) обов'язковим;
- 2) необов'язковим;
- 3) є обов'язковим в окремих випадках;
- 4) зазначається за бажанням виробника.

7. У разі коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію та про виробника (виконавця, продавця) спричинило придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей, – споживач має право:

- 1) вимагати відшкодування завданих йому збитків;
- 2) вимагати покарання продавця та виробника;
- 3) вимагати заміну товару та відшкодування моральної шкоди;
- 4) вимагати закриття торговельного закладу.

8. На маркуванні харчових продуктів вказується:

- 1) найменування та місцезнаходження і номер телефону виробника, фактична

адреса потужностей (об'єкта) виробництва;

2) найменування та місцезнаходження і номер телефону виробника;

3) лише фактична адреса потужностей (об'єкта) виробництва та номер гарячої лінії виробника;

4) найменування та місцезнаходження виробника.

9. Товарна інформація може містити інформацію щодо наявності у товарі властивостей, які сприяють профілактиці, загоюванню та лікуванню будь-якого захворювання або посилатися на такі властивості:

1) так, така інформація допустима для усіх товарів;

2) так, така інформація допустима для ліків;

3) так, така інформація допустима для ліків та продуктів харчування окремих груп (природних мінеральних вод та харчових продуктів, призначених для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів, дієтичних добавок);

4) ні, наявність такої інформації не допустима.

10. Зазначення інформації про часові характеристики придатності товару у його маркуванні:

1) обов'язкове для усіх продовольчих та непродовольчих товарів;

2) обов'язкове лише для усіх харчових продуктів;

3) обов'язкове для продуктів харчування крім окремих товарних груп (свіжих фруктів, ягід і овочів, оцету, кухонної солі та ін.), які визначені відповідним технічним регламентом;

4) необов'язкове для усіх товарів.

11. При наданні товарної інформації допускається використання:

1) будь-яких характеристик товарів, які надає виробник;

2) лише тих характеристики товарів, які можуть бути перевірені визнаними незалежними системами верифікації (результати верифікації повинні бути легко доступні) або шляхом посилань на міжнародні, регіональні чи національні стандарти, регламенти;

3) лише тих характеристик товарів, які гарантує виробник шляхом самосертифікації, перевірки у власних лабораторіях.

12. Товарна інформація поділяється на види:

1) первинна і вторинна;

2) виробнича, торгова і правова;

3) комерційна, облікова і економічна;

4) основна, комерційна, споживча;

5) виробнича, торгова і рекламна.

13. Основні форми товарної інформації:

1) словесна (текстова), цифрова, символна, образотворча;

2) текстова, символна, цифрова, штрих кодова, образна;

3) аудіовізуальна, відео візуальна, електронна;

4) документальна, рекламна, маркувальна;

5) текстова і цифрова.

14. Висота малих літер без виносних елементів у тексті, яким надається обов'язкова інформація про харчовий продукт, повинна:

- 1) дорівнювати або перевищувати 1,2 міліметра;
- 2) дорівнювати або перевищувати 1,5 міліметра;
- 3) дорівнювати або перевищувати 1,7 міліметра.

15. Обов'язкова інформація про поживну цінність харчових продуктів має включати інформацію про:

- 1) енергетичну цінність, вміст жирів та солі;
- 2) енергетичну цінність, вміст жирів, насичених жирів, вуглеводів, цукрів, білків та солі;
- 3) енергетичну цінність, вміст цукрів, білків та солі, вміст вітамінів.

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?

Рекомендовані джерела інформації

1. Закон України : Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів // (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 7, ст.41.
2. Закон України : Про захист прав споживачів // (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, №30, ст.379).
3. Регламент європейського парламенту та Ради ЄС №1169/2011 від 25 жовтня 2011 року : Про надання споживачам інформації про харчові продукти, про внесення змін до регламентів Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 1924/2006 та (ЄС) № 925/2006 та про скасування Директиви Комісії 87/250/ЄЕС, Директиви Ради 90/496/ЄЕС, Директиви Комісії 1999/10/ЄС, Директиви Європейського Парламенту і Ради 2000/13/ЄС, Директиви Комісії 2002/67/ЄС, Директиви Комісії 2008/5/ЄС та Регламенту Комісії (ЄС) № 608/2004 (Текст стосується ЄЕП) // ОВ L 304 22.11.2011, с. 18

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: 5/6 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми

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

Завдання 1. Морфологічна карта інформації: візьміть упаковку будь-якого технічно складного товару. Виділіть на ній елементи, що належать до різних форм подання інформації. Складіть перелік: які дані подані символами (іконічна форма), а які — цифрами. Поясніть, чому для митника цифрова інформація (вага, артикул, дата) є пріоритетною.

Завдання 2. Класифікатор видів інформації: на прикладі конкретного товару розділіть інформацію на основоположну (що це за товар?), комерційну (ціна, виробник, штрих-код) та споживчу (як користуватися?). Оформіть це у вигляді схеми.

Тестові питання до теми

1. Основні вимоги до товарної інформації формують так званий принцип:

- 1) «*трьох Д*» – доступність, достовірність, достатність;
- 2) «*трьох З*» – зрозумілість, забезпеченість, зручність;
- 3) «*трьох І*» – інформаційність, ілюстративність, інклюзивність;
- 4) «*трьох Т*» – точність, тактильність, типовість.

2. Вимоги зручності, що передбачають право споживача на отримання ним інформації у формі, зручній для сприйняття, характеризують таку характеристику товарної інформації як:

- 1) доступність;
- 2) достовірність;
- 3) точність;
- 4) зрозумілість.

3. Раціональна інформаційна насиченість, що виключає можливість надання споживачу неповної або зайвої інформації характеризує:

- 1) достатність інформації;
- 2) точність інформації;
- 3) доцільність інформації;
- 4) адресність інформації.

4. Сутність функції полягає в розпізнаванні, ототоженні товару з певними споживчими властивостями, в першу чергу органолептичними (зовнішнім виглядом, кольором, для харчових продуктів - смаком і запахом, для деяких непродовольчих товарів - запахом) – це характеристика такої функції товарної інформації як:

- 1) ідентифікаційна;
- 2) інформаційна;
- 3) мотиваційна;
- 4) емоційна.

5. Таким засобам товарної інформації як маркування, нормативні та технічні документи найбільш притамана така функція товарної інформації:

- 1) ідентифікаційна;
- 2) інформаційна;
- 3) мотиваційна;
- 4) емоційна.

Питання для контролю знань

1. 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?

Рекомендовані джерела інформації

1. Закон України : Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів // (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 7, ст.41).
2. Закон України : Про захист прав споживачів // (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379).
3. Закон України : Про інформацію // (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1992, № 48, ст.650).

САМОСТІЙНА РОБОТА №3

Тема: *Вимоги до товарної інформації*

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

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. 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.

Завдання 1. Критичний аудит маркування: оберіть будь-який імпортований товар. Проаналізуйте його маркування на відповідність вимозі доступності (мовний бар'єр, зрозумілість термінів) та достатності (наявність усіх обов'язкових даних для споживача). Результати оформіть у вигляді стислої довідки «Придатний/Непридатний до реалізації в Україні».

Завдання 2. «Кейс-аналіз достовірності»: знайдіть у медіа або реєстрах Держпродспоживслужби приклад товару, виробник якого надав недостовірну інформацію (наприклад, невідповідність складу, фальсифікація бренду). Визначте, яка саме вимога була порушена та які наслідки це має для митного оформлення (неправильний код УКТ ЗЕД, конфіскація).

Підготуйте інформаційні довідки на теми:

Як у спеціальній літературі часто називають основні вимоги до товарної інформації?

Як чинне законодавство трактує поняття вимог до товарної інформації?

У чому полягає товарознавчий зміст вимоги достовірності ТІ?

У чому полягає товарознавчий зміст вимоги доступності ТІ?

Розкрийте суть понять «неповна» та «зайва» інформація.

Тестові питання до теми

1. Носієм акцизного маркування є:

- 1) напис на етикетці «Акцизний збір сплачено»;
- 2) марка акцизного збору;
- 3) немає правильної відповіді.

2. Основними вимогами до інформаційних знаків є:

- 1) стислість, лаконічність, наочність, зрозумілість, однозначність;
- 2) образність, достовірність, актуальність;
- 3) достатність, довершеність, правильність, об'ємність;
- 4) лаконічність та образність;
- 5) доступність, адресність, інформативність, чіткість, насиченість.

3. Інформація про харчові продукти надається:

- 1) виключно державною мовою;
- 2) за рішенням оператора ринку харчових продуктів поруч із текстом, викладеним державною мовою, може розміщуватися його переклад іншими мовами;
- 3) мовою за вибором виробника.

4. Обов'язковою для надання є така інформація:

- 1) для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць - фактичний вміст спирту у напої;
- 2) для не перероблених продуктів позначка "без ГМО";
- 3) позначення нормативного документу, вимогам якого відповідає якість продукту.

5. У разі використання упаковки або тари, площа найбільшої поверхні якої менша за 80 квадратних сантиметрів, висота малих літер без виносних елементів повинна:

- 1) дорівнювати або перевищувати 0,5 міліметра;
- 2) дорівнювати або перевищувати 1,2 міліметра;
- 3) дорівнювати або перевищувати 0,9 міліметра.

6. Обов'язкова інформація про поживну цінність харчових продуктів має включати інформацію про:

- 1) енергетичну цінність, вміст жирів та солі;
- 2) енергетичну цінність, вміст жирів, насичених жирів, вуглеводів, цукрів, білків та солі;
- 3) енергетичну цінність, вміст цукрів, білків та солі, вміст вітамінів.

7. Розмірні характеристик продукту вказуються у :

- 1) системі SI;
- 2) СГС;
- 3) МКС.

8. Маркування харчових продуктів, призначених для експорту:

- 1) здійснюється відповідно до вимог українського законодавства;
- 2) здійснюється відповідно до вимог країни, в яку експортуються;
- 3) здійснюється згідно з умовами відповідної експортної угоди.

9. Назвою харчового продукту є його:

- 1) описова назва;
- 2) звична назва;
- 3) офіційна назва.

10. Товарна інформація про харчовий продукт надається споживачу:

- 1) до моменту здійснення покупки;
- 2) на вимогу споживача;
- 3) після оплати покупки.

11. Країна походження товару вказується:

- 1) завжди;
- 2) в окремих випадках;
- 3) за бажанням виробника.

12. В одному полі видимості наводиться інформація:

- 1) назва харчового продукту; кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання; фактичний вміст спирту;
- 2) назва харчового продукту; кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання; виробник;
- 3) назва харчового продукту; виробник; дата споживання.

13. Структура штрихового коду EAN-13 включає такі елементи:

- 1) країна походження, назва виробника, асортиментний номер, контрольна цифра;
- 2) країна-виробник, організація-виробник, контрольне число;
- 3) країна, в якій зареєстровано виробника, організація-виробник, асортиментний код, контрольне число;
- 4) країна, в якій зареєстровано виробника, організація-виробник, інформація про товар, код упаковки, контрольне число;
- 5) країна, в якій зареєстровано виробника, організація-виробник, інформація про товар, контрольне число.

14. Основні вимоги до товарної інформації:

- 1) фаховість, функціональність, фактичність;
- 2) інформативність, ілюстративність, істинність;
- 3) достатність, достовірність, доступність;
- 4) зручність, зрозумілість, знаковість;
- 5) цікавість, цілеспрямованість.

15. Вимога щодо надання переліку інгредієнтів не поширюється на такі харчові продукти:

- 1) свіжі фрукти і овочі;
- 2) воду питну з додаванням діоксиду вуглецю, якщо назва харчового продукту містить інформацію про стан води за рівнем насичення діоксидом вуглецю або якщо діоксид вуглецю є невід'ємною складовою води;
- 3) ферментовані оцти, вироблені з одного виду сировини, без використання інших інгредієнтів.

16. У маркуванні харчових продуктів позначення одиниць вимірювання з використанням літер латинського чи грецького алфавіту:

- 1) можуть застосовуватися;
- 2) заборонено застосовувати.

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?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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..

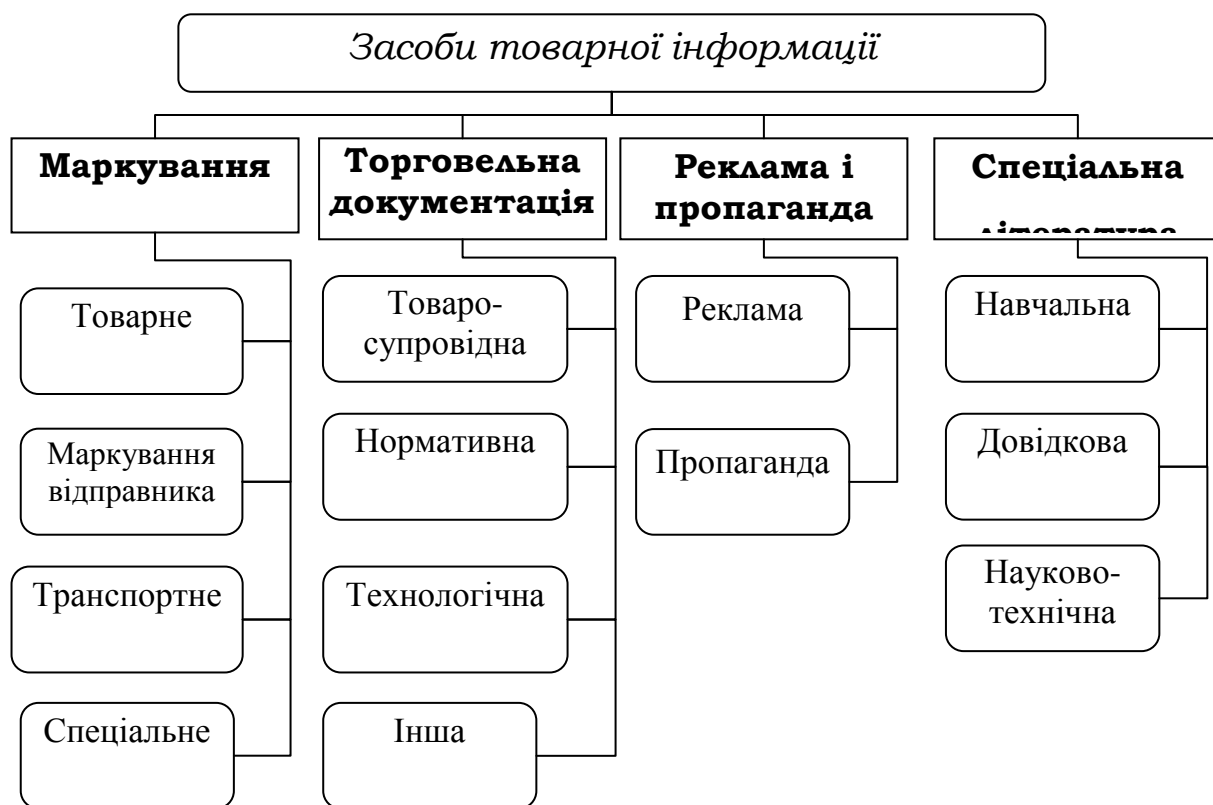
Матеріальне забезпечення: комплект взірці в видів ЗТІ і носіїв виробничого і торгового товарного маркування; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних "Законодавство України".

Час виконання: 5/7 годин

Питання для підготовки при вивченні теми

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

Завдання 1. Проаналізуйте схему класифікації засобів товарної інформації, вкажіть, за якими ознаками проводиться класифікація? Дайте коротку характеристику кожній групі засобів.



Завдання 2. Класифікація та функціональний аналіз засобів інформації. Складіть аналітичну таблицю, в якій для кожного виду засобів товарної інформації (ЗТІ) визначте їхню головну функцію (інформаційну, ідентифікуючу, мотиваційну чи емоційну). Заповніть таблицю для таких засобів: товарно-супровідні документи, маркування, технічні регламенти, каталоги продукції, рекламна листівка.

Засіб інформації (ЗТІ)	Пріоритетна функція	Коротке обґрунтування (чому саме ця функція є ключовою)
<i>Наприклад: Інвойс</i>	<i>Ідентифікуюча</i>	<i>Дозволяє чітко встановити партію товару, ціну та виробника для митного оформлення.</i>

Завдання 3. Експертиза маркування як основного засобу інформації. Оберіть будь-яку споживчу упаковку товару та проаналізуйте, як реалізуються три основні функції інформації безпосередньо на її маркуванні. Випишіть 3-4 обов'язкові показники (склад, термін придатності, умови зберігання). Вкажіть, за допомогою яких засобів (штрих-код, назва бренду, артикул) товар виділяється серед аналогів. Опишіть елементи дизайну або маркетингові заклики (наприклад, «без ГМО», «Organic», яскрава кольорова гама), що спонукають до покупки. Чи достатньо наявних засобів інформації для однозначної ідентифікації товару під час митного огляду?

Тестові питання до теми

1. Напис на маркуванні «Вжити до певної дати» реалізує функцію маркування:

- 1) власне інформаційну;
- 2) обмежувальну;
- 3) регламентну;
- 4) попереджувальну.

2. Напис на маркуванні «Обережно! Вибухонебезпечно!» реалізує функцію маркування:

- 1) власне інформаційну;
- 2) обмежувальну;
- 3) регламентну;
- 4) попереджувальну.

3. Товарне маркування поділяється на такі види:

- 1) виробниче, торгове, транспортне, спеціальне;
- 2) первинне (на тарі), внутрішнє (на виробі) та вторинне (на тарі-упаковці);
- 3) інформаційне, ідентифікаційне, попереджувальне;
- 4) словесне, цифрове, символічне.

4. Функція засобів інформації, яка полягає у розповсюдженні серед споживачів і роз'ясненні їм певних поглядів, переконань, ідей, цінностей з метою впливу на їх поведінку, з метою формування їх світогляду, емоційного настрою – це:

- 1) пропагандистська;
- 2) емоційна;
- 3) рекламна;
- 4) вказівна.

5. Основною функцією маркування є:

- 1) власне інформаційна;
- 2) мотиваційна;
- 3) регламентна;
- 4) попереджувальна;

6. Засоби товарної інформації між собою:

- 1) відрізняються різними співвідношеннями основної, комерційної та споживчої інформації; спільним для них є наявність основної інформації;
- 2) не відрізняються співвідношеннями основної, комерційної та споживчої інформації; спільним для них є наявність споживчої інформації;
- 3) не відрізняються співвідношеннями основної, комерційної та споживчої інформації; спільним для них є наявність комерційної інформації;
- 4) відрізняються різними співвідношеннями основної, комерційної та споживчої інформації; не мають спільних елементів інформації.

7. Функція засобів інформації, сутність якої полягає в розпізнаванні, ототожненні товару з певними споживчими властивостями серед інших подібних товарів – це:

- 1) ідентифікаційна;
- 2) інформаційна;
- 3) споживча;
- 4) вказівна.

8. Написи на маркуванні «Не залишати на сонці!», «Бережіть від дітей!», «Зберігати за певної температури!», «Не кидати», «Не торкатися! Висока напруга!» виконують таку функцію:

- 1) наказово-розпорядчу;
- 2) обмежувальну;
- 3) регламентну;
- 4) інформаційну.

9. Рекламі та пропаганді в першу чергу притаманні такі функції:

- 1) мотиваційна та емоційна;
- 2) інформаційна та ідентифікаційна;
- 3) описова та пропагандистська;
- 4) регламентна та рекомендаційна.

10. Спеціальна література виконує перш за все таку функцію як:

- 1) описову;
- 2) регламентну;
- 3) інформаційну;
- 4) ідентифікаційну.

Питання для контролю знань

1. Дайте визначення терміну «засоби товарної інформації».
2. На які групи поділяються джерела інформації?
3. Вкажіть переваги неособистих джерел інформації.
4. Назвіть усі основні функції засобів товарної інформації.
5. Вкажіть в порядку пріоритетності функції торговельної документації.
6. Які з функцій засобів товарної інформації має юридичне обґрунтування?
7. Яка з функцій полягає у видачі прямих настанов та роз'яснень окремих положень щодо використання товару?
8. У чому полягає товарознавчий зміст попереджувальної функції?
9. Якими функціям доповнюється і конкретизується регламентна?
10. Наведіть приклади знаків, за допомогою яких реалізуються усі функції засобів товарної інформації.

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: 5/8 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми 5:

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

Завдання 1. Студентам необхідно розподілити наданий перелік документів (інвойс, пакувальний лист, СМР, сертифікат походження, фітосанітарний сертифікат) за їхнім функціональним призначенням.

Назва документа	Група ТСД	Ключова інформація для митного інспектора

Завдання 2. Порівняйте дані у двох документах на одну партію товару (наприклад, Інвойс та Пакувальний лист). Виявіть, які дані мають дублюватися для ідентифікації товару.

Показник для перевірки	Дані в Інвойсі	Дані в пакувальному листі	Кількість місць	Вага нетто/брутто	Артикул/Модель

Тестові питання до теми

1. Торговельна документація включає:

- 1) товаросупровідну документацію, нормативну, технологічну, іншу;
- 2) товаросупровідну документацію та спеціальну літературу;
- 3) ТСД та стандарти;
- 4) ТСД та експлуатаційні документи;
- 5) ТСД та нормативні документи.

2. Основні різновиди кількісних ТСД:

- 1) рахунки, рахунки-фактури, накладні;
- 2) відвантажувальні і забірні листи, пакувальні аркуші, специфікації, комерційні акти, акти відбору зразків, відомості комплектації;
- 3) сертифікати відповідності, декларації відповідності, посвідчення якості, санітарно-епідеміологічні висновки;
- 4) специфікації, переліки, ордери;
- 5) вантажно-митні декларації, товаротransпортні-накладні.

3. Основні види розрахункових ТСД:

- 1) рахунки, рахунки-фактури, протоколи узгодження цін, рахунок-проформа;
- 2) відвантажувальні і забірні листи, пакувальні аркуші, специфікації, комерційні акти, акти відбору зразків, відомості комплектації;
- 3) платіжні відомості;

- 4) касові ордери, касові чеки, касові книги;
- 5) вантажно-митні декларації, товаротransпортні-накладні.

4. Основні види комплексних ТСД:

- 1) рахунки, рахунки-фактури, накладні;
- 2) відвантажувальні і забірні листи, пакувальні аркуші, специфікації, комерційні акти, акти відбору зразків, відомості комплектації;
- 3) сертифікати відповідності, декларації відповідності, посвідчення якості, санітарно-епідеміологічні висновки;
- 4) специфікації, переліки, ордери;
- 5) вантажно-митні декларації, міжнародні товаротransпортні-накладні, прибутково-видаткові накладні.

5. Коносамент – це:

- 1) комплексний товаротransпортний документ;
- 2) документ про якість;
- 3) розрахунковий документ;
- 4) кількісний документ;
- 5) нормативний документ.

6. Основні види якісних ТСД:

- 1) рахунки, рахунки-фактури, накладні;
- 2) відвантажувальні і забірні листи, пакувальні аркуші, специфікації, комерційні акти, акти відбору зразків, відомості комплектації;
- 3) декларації відповідності, посвідчення якості, санітарно-епідеміологічні висновки;
- 4) специфікації, переліки, ордери;
- 5) вантажно-митні декларації, товаротransпортні-накладні.

7. Основними групами товаросупровідних документів є:

- 1) документи, що засвідчують якість, кількість, розрахункові, комплексні;
- 2) розрахункові та якісні;
- 3) розрахункові та кількісні;
- 4) спеціальні, нормативні, торговельні;
- 5) фінансові, технічні, контрольні.

8. Протокол дегустації – це:

- 1) комплексний товаротransпортний документ;
- 2) документ про якість;

9. Декларація про відповідність відносяться до:

- 1) ТСД, що засвідчують якість;
- 2) ТСД, що засвідчують кількість;
- 3) комплексних ТСД;
- 4) розрахункових ТСД;
- 5) не відносяться до ТСД.

10. Документи, які містять необхідну, достовірну, достатню інформацію про товар на всьому шляху товарного просування для ідентифікації товарної партії:

- 1) товаросупровідні документи;
- 2) розрахункові документи;
- 3) нормативні документи;
- 4) технологічні документи;
- 5) інший варіант.

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?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: 5/7 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми

1. Види маркування.
2. Основні функції маркування.

Завдання 1. Експертиза структури маркування: проаналізуйте упаковку товару та розділіть маркування на три складові блоки: текстовий, графічний та інформаційні знаки.

Блок маркування	Елементи, знайдені на упаковці	Функція (що повідомляє споживачу?)
Текстовий Графічний Інформаційні знаки		

Завдання 2. Аналіз маніпуляційних та попереджувальних знаків знайдіть на транспортній або споживчій упаковці спеціальні символи. Поясніть їх значення для логістики та митного огляду.

Тестові питання до теми

1. Акцизне маркування подає інформацію про те, що:

- 1) вироби з таким маркуванням ввезені з-за кордону;
- 2) за товари сплачено спеціальний податок;
- 3) товари відносяться до високо вартісних;
- 4) продаж товарів здійснюється за особливими правилами;
- 5) усі варіанти відповідей правильні.

2. Носіями транспортного маркування є:

- 1) упакування, тара, транспортна етикетка, бандероль, наклейка, пломба;
- 2) транспортна етикетка, пакувальний ярлик;
- 3) упакування;
- 4) контейнер транспортний, тара-упаковка, бандероль;
- 5) лише упакування.

3. Транспортне маркування інформує про:

- 1) особливості упакування товарів;
- 2) особливості транспорту, яким здійснюється перевезення товарів;
- 3) особливості поводження з вантажем під час транспортуванням, зберіганням та розвантажувальних операцій;
- 4) спосіб транспортування;
- 5) умови зберігання.

4. Структура товарного маркування включає такі основні елементи:

- 1) короткий текст, малюнок, інформаційні знаки;
- 2) цифрова інформація, інформаційні знаки, малюнок;
- 3) малюнок, текст;
- 4) штрихове кодування, текст;
- 5) малюнок та штрихове кодування.

5. Носіями торгового маркування є:

- 1) паспорт, етикетка, ярлик;
- 2) цінники, касові чеки, товарні чеки, талони та квитанції;
- 3) тільки касові чеки;
- 4) тільки товарні чеки за наявності печатки підприємства;
- 5) цінники.

6. Клейма та штампи, як носії товарного маркування, наносяться на:

- 1) лише окремі продовольчі товари;
- 2) лише окремі непродовольчі товари;
- 3) тільки на ювелірні вироби;
- 4) тільки на тваринну продукцію;
- 5) окремі види продовольчих та непродовольчих товарів.

7. Специфічні вимоги до товарного маркування:

- 1) відповідність вимогам законодавства;
- 2) чіткість та однозначність;
- 3) стабільність протягом визначеного часу (використання незмивних барвників);
- 4) наочність та достовірність;
- 5) усі вище перелічені.

8. Основною функцією маркування є:

- 1) власне інформаційна;
- 2) мотиваційна;
- 3) регламентна;
- 4) попереджувальна;
- 5) ідентифікаційна.

9. Товарне маркування поділяється на такі види:

- 1) виробниче, торгове, транспортне, спеціальне;
- 2) первинне (на тарі), внутрішнє (на виробі) та вторинне (на тарі-упаковці);
- 3) інформаційне, ідентифікаційне, попереджувальне;
- 4) словесне, цифрове, символічне;
- 5) комерційне та споживче.

10. Текст, умовні позначення, малюнки, нанесені на упакування, або товар і призначені для ідентифікації товару це:

- 1) інформаційні знаки;
- 2) маркування;
- 3) штрихове кодування;
- 4) товаросупровідні документи.

11. Носій компактної товарної інформації у вигляді вузької стрічки, виготовленої з текстильних матеріалів, який дублює інформацію про товар у випадку втрати етикетки – це:

- 1) контретикетка;
- 2) бирка;
- 3) ярлик;
- 4) контрольна стрічка.

12. Різновид етикетки, що вкладається в середину упаковки виробу, і містить відомості про найменування виробника, номер зміни, номер бригади, товарної партії) – це:

- 1) контретикетка;
- 2) вкладиш;
- 3) ярлик;
- 4) кольєретка;
- 5) контрольна стрічка.

13. Різновид етикетки, які наклеюються на шийку пляшок і не мають інформаційного навантаження, - це:

- 1) контретикетка;
- 2) бирка;

3) ярлик;

4) кольєретка;

5) контрольна стрічка.

14. Енергетичне маркування на території України є обов'язковим для:

1) усіх електрообутових товарів;

2) усіх електронних товарів;

3) комп'ютерної техніки;

4) освітлювальних приладів;

5) окремих видів побутових товарів.

15. Етикетки, контретикетки, кольєретки, вкладиші, ярлики, бирки, контрольна стрічка це:

1) носії акцизного маркування;

2) носії виробничого маркування;

3) носії торговельного маркування;

4) все перераховане.

13. Акцизні марки на вітчизняні тютюнові вироби:

1) синього кольору;

2) зеленого кольору;

3) фіолетового кольору;

4) голубого кольору.

17. Носієм акцизного маркування є:

4) напис на етикетці «Акцизний збір сплачено»;

5) напис на етикетці «Акцизний збір сплачено», марка акцизного збору;

б) марка акцизного збору;

7) немає правильної відповіді.

Питання для контролю знань

1. Які ви знаєте види товарного маркування? Перерахуйте його основні функції.

2. Назвіть носії виробничого маркування. Дайте визначення терміну "етикетка".

3. В чому полягає основна відмінність етикетки від інших носіїв виробничого маркування? Які обов'язкові реквізити має містити етикетка?

4. В чому полягають відмінності контретикетки та кольєретки від етикетки?

5. Який носій маркування часто набуває додаткової функції, подібної до носіїв рек-лами, зокрема рекламного листка чи проспекту?

6. Який носій маркування часто набуває додаткової функції, подібної до функції правил або інструкції з експлуатації?

7. Охарактеризуйте особливості товарних ярликів і товарних бирок. Чим вони від-різняються один від одного?

8. Для чого призначена контрольна стрічка як носій товарної інформації?

9. Чим відрізняються клейма від штампів? На які види товарів наносяться клейма і штампи? Основні способи їх нанесення.

10. Який різновид клейма є результатом таврування виробів з коштовних металів?
11. Що таке торгове маркування? Дайте характеристику його носіїв.
12. В чому полягає специфіка використання товарних чеків?
13. До чого зводяться специфічні вимоги до товарного маркування ?
14. Які основні елементи переважно входять у структуру товарного маркування

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: 5/10 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми

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

Завдання 1. Вам необхідно обрати два товари (один продовольчий та один непродовольчий) у роздрібній торговельній мережі або з домашнього вжитку та провести аналіз їхнього маркування.

Зробіть чіткі фото всіх елементів маркування (текст, символи, штрих-код). Перевірте наявність обов'язкових елементів згідно із Законом України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» або відповідних Технічних регламентів для непродовольчих товарів. Визначте та опишіть значення всіх символів (знаки відповідності, екологічне маркування, маніпуляційні знаки). Зробіть припущення, чи достатньо цієї інформації для ідентифікації товару на митниці.

Завдання 2. Компаративний аналіз: порівняйте виробниче маркування вітчизняного товару та аналогічного імпортного товару. Чи наявний стікер з перекладом на імпортному товарі? Яка мова маркування є домінуючою? Чи збігаються одиниці виміру ваги/об'єму?

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 безпеки продуктів харчування та промислових виробів?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: 5/10 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми

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

Завдання 1. Порівняльний аналіз: опишіть 3 ключові відмінності між виробничим маркуванням (нанесеним на заводі) та торговим маркуванням (нанесеним у магазині, наприклад, цінник або чекова стрічка).

Завдання 2. Складіть перелік товарів (мінімум 5), які підлягають обов'язковому маркуванню марками акцизного податку для перетину митного кордону України.

Завдання 3: поясніть, чому штриховий код EAN-13 вважається основним засобом торгового маркування та які дані він дозволяє отримати митнику через автоматизовані системи.

Тестові питання до теми

1. Який носій є типовим для торгового маркування?

- 1) клеймо
- 2) цінник

3) Етикетка виробника

4) Літографія на банці.

2. Яку основну функцію виконує цінник у магазині?

1) Технологічну

2) Комерційну

3) Мотиваційну

4) Інформаційну про ціну та назву.

3. Марка акцизного податку — це вид:

1) Екологічного маркування

2) Спеціального маркування

3) Попереджувального маркування

4) Фірмового знака.

4. Хто є відповідальним за нанесення торгового маркування?

1) Завод-виробник;

2) Підприємство роздрібної торгівлі;

3) Митний брокер;

4) Міністерство фінансів.

5. Що означають перші три цифри у штрих-коді EAN-13?

1) Код товару;

2) Код підприємства;

3) Код країни (національної організації);

4) Контрольну цифру.

6. Який засіб інформації використовується для ідентифікації ваги товару безпосередньо в залі магазину?

1) Товарний чек;

2) Етикетка з електронних ваг;

3) Бірка;

4) Кольєретка.

7. Спеціальне маркування «ГМО» обов'язкове, якщо вміст перевищує:

1) 0,01%;

2) 0,1%;

3) 0,9%;

4) 5%.

8. Інформаційні знаки, що вказують на спосіб догляду за одягом, належать до:

1) спеціального маркування;

2) торгового маркування;

3) експлуатаційного маркування;

4) маніпуляційного маркування.

9. Яка функція торгового маркування забезпечує автоматизацію обліку товарів?

1) рекламна;

2) емоційна;

- 3) ідентифікаційна;
- 4) захисна.

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?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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 маркування; взірці друкованих рекламних засобів, комплект спеціально літератури; комплект товаросупровідних експлуатаційних документів.

Час виконання: 5/18 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 перелік інформаційних товарних знаків. Характеристика основних груп та видів ІТЗ.

3. Штрихове кодування (ШК) як вид інформаційних знаків. Визначення терміну. Основний принцип ШК. Класифікація і структура ШК різних типів.

Завдання 1. Класифікація інформаційних знаків: оберіть будь-яку транспортну тару (коробку від побутової техніки або посилку). Знайдіть на ній мінімум 3 різні групи знаків: маніпуляційні (напр., «Крихке»), екологічні (напр., «Петля Мебіуса») та знаки відповідності. Опишіть їх значення.

Завдання 2. Аналіз знаків безпеки та попередження: складіть порівняльну характеристику знаків безпеки для побутової хімії та парфумерії. Чому

наявність знака «Вогненебезпечно» є критичною для правил міжнародного перевезення та митного оформлення?

Завдання 3. Еко-маркування в митній справі: поясніть роль знаків екологічного маркування (наприклад, «Європейська квітка» або «Блакитний ангел») при визначенні якості товарів, що претендують на пільгові умови ввезення або підтвердження високих екологічних стандартів.

Тестові питання до теми

1. Маркування релігійного характеру відноситься до такої групи етичного маркування:

- 1) люди та цінності;
- 2) збереження навколишнього середовища і сталість розвитку;
- 3) благополуччя тварин.;
- 4) релігія та світогляд;
- 5) соціальне маркування.

2. Кошерні знаки – це...:

- 1) знаки на упаковках продуктів, які вказують на те, що продукт відповідає юдейським законам і може бути вживаними юдеями;
- 2) знаки на упаковках продуктів, які вказують на те, що продукт відповідає мусульманським законам і може бути вживаними мусульманами;
- 3) знаки на упаковках продуктів, які вказують на те, що продукт відповідає законам ісламу;
- 4) знаки на упаковках продуктів, які не мають ніякого відношення до норм іудаїзму, а просто вказують, що продукт рекомендований юдеям;
- 5) позначають місце виготовлення продукту «Ізраїль».

3. Знак «халаль» – це...:

- 1) знаки на упаковках продуктів, які вказують на те, що продукт відповідає юдейським законам і може бути вживаними юдеями;
- 2) знаки на упаковках продуктів, які вказують на те, що продукт відповідає мусульманським законам і може бути вживаними мусульманами;
- 3) знаки на упаковках продуктів, які вказують на те, що продукт відповідає законам ісламу та іудаїзму;
- 4) знаки на упаковках продуктів, які не мають ніякого відношення до норм іудаїзму, а просто вказують, що продукт рекомендований юдеям;
- 5) позначають місце виготовлення продукту «Країни арабського Сходу».

4. Знак «Продукти зовнішніх регіонів ЄС» відноситься до такої групи знаків етичного маркування:

- 1) люди та цінності;
- 2) збереження навколишнього середовища і сталість розвитку;
- 3) благополуччя тварин.;
- 4) релігія та світогляд;
- 5) соціальне маркування.

5. Виробники отримують право маркувати свою продукцію знаком «FairTrade»:

- 1) тільки після проходження процедури аудиту FLOCERT, що засвідчує відповідність стандартам Fairtrade;
- 2) за умови власної самодекларації відповідності вимогам стандартам Fairtrade;
- 3) без всякого аудиту, виключно за бажанням виробника;
- 4) після аудиту відповідності вимогам ISO;
- 5) після аудиту національного органу сертифікації та відповідності.

6. Екологічні знаки засвідчують:

- 1) екологічну чистоту споживчих товарів та їх упакування;
- 2) екологічну безпеку при виробництві, експлуатації чи використанні товару та його упакування;
- 3) екологічно безпечні способи утилізації товару та його упакування;
- 4) усі відповіді правильні.

7. Екологічні знаки поділяють на групи:

- 1) три групи: I - інформує про сукупну екологічність та безпеку товару; II – інформує про екологічно чисті способи виробництва та утилізації; III - інформує про потенційно можливу небезпеку для навколишнього середовища;
- 2) чотири групи: I - інформує про сукупну екологічність та безпеку товару; II – інформує про екологічно чисті способи виробництва та утилізації; III - інформує про потенційно можливу небезпеку для навколишнього середовища; IV - інформує про потенційно можливу небезпеку для споживачів;
- 3) дві групи: I - інформує про сукупну екологічність та безпеку товару; II – інформує про екологічно чисті способи виробництва та утилізації;
- 4) п'ять груп: I - інформує про сукупну екологічність та безпеку товару; II – інформує про екологічно чисті способи виробництва та утилізації; III - інформує про потенційно можливу небезпеку для навколишнього середовища; IV - інформує про потенційно можливу небезпеку для споживачів; V - інформує про екологічну політику підприємства-виробника;
- 5) три групи: I - інформує про сукупну екологічність та безпеку товару; II - інформує про потенційно можливу небезпеку для споживачів; III - інформує про екологічну політику підприємства-виробника.

8. Екологічні знаки присвоюються:

- 1) громадськими організаціями;
- 2) державними установами;
- 3) національними екологічними асоціаціями, товариствами та громадськими організаціями;
- 4) управлінням держстандарту, метрології та сертифікації;
- 5) екологічними лабораторіями.

9. Основні функції екологічних знаків:

- 1) інформаційна, попереджувальна, мотиваційно-емоційна, пропагандистська;

- 2) інформаційна, ідентифікаційна, рекламна;
- 3) ідентифікаційна, регламентна, попереджувальна, обмежувальна;
- 4) пропагандистська, інформаційна, попереджувальна;
- 5) інформаційна, вказівна, регламентна.

10. У чому полягає зміст екологічного знаку «Блакитний ангел»?

- 1) це емблема програми ООН по захисту водного середовища;
- 2) це емблема програми ООН по захисту атмосфери Землі;
- 3) це символ програми ЄС по захисту водного і повітряного середовища країн, які до неї входять;
- 4) це символ, яким маркують екологічно чисту продукцію в Німеччині.

11. Знаки відповідності умовно поділяють на:

- 1) національні, транснаціональні і регіональні знаки відповідності;
- 2) обов'язкові, добровільні та рекомендовані знаки відповідності;
- 3) знаки відповідності в галузі сертифікації, знаки підтвердження рівня якості та безпеки, знаки самосертифікації;
- 4) загальні, групові, видові знаки відповідності.

12. Знаки, що попереджують споживачів про небезпечні властивості товарів і упаковки, а також шляхи і способи захисту від них:

- 1) попереджувальні;
- 2) екологічні;
- 3) маніпуляційні;
- 4) безпеки.

13. Знаки, які призначені для інформування споживачів та фахівців про правила експлуатації, способи догляду, монтаж і налагодження товарів це:

- 1) маніпуляційні знаки;
- 2) експлуатаційні;
- 3) екологічні;
- 4) попереджувальні.

14. Основними вимогами до інформаційних знаків є:

- 1) стислість, лаконічність, наочність, зрозумілість, однозначність;
- 2) образність, достовірність, актуальність;
- 3) достатність, довершеність, правильність, об'ємність;
- 4) лаконічність та образність;
- 5) доступність, адресність, інформативність, чіткість, насиченість.

15. Структура штрихового коду EAN-13 включає такі елементи:

- 1) країна походження, назва виробника, асортиментний номер, контрольна цифра;
- 2) країна-виробник, організація-виробник, контрольне число;
- 3) країна, в якій зареєстровано виробника, організація-виробник, асортиментний код, контрольне число;
- 4) країна, в якій зареєстровано виробника, організація-виробник, інформація про товар, код упаковки, контрольне число;

5) країна, в якій зареєстровано виробника, організація-виробник, інформація про товар, контрольне число.

16. Сукупність умовних позначень, що призначені для інформування споживачів про види сировини, матеріалів чи інших речовин, які входять до складу виробу це:

- 1) компонентні знаки;
- 2) маніпуляційні знаки;
- 3) попереджувальні знаки;
- 4) штрихове кодування;
- 5) попереджувальні знаки.

17. Знак, що призначений для автоматизованої ідентифікації та автоматизованого обліку інформації про товар, яка закодована:

- 1) штриховий код;
- 2) алфавітно-цифрові знаки;
- 3) розмірні знаки;
- 4) компонентні знаки;
- 5) логотип.

18. Яке визначення терміна «компонентні знаки» правильне?

- 1) це знаки, які вказують на хімічний склад виробу і упаковки (тару-упаковки);
- 2) це сукупність умовних позначень, що призначені для інформування споживача про види сировини, матеріалів чи інших речовин, які входять до складу виробу (продукту);
- 3) це знаки, які вказують на перелік складників, деталей та запасних частин, що входять у комплектацію технічно-складних виробів;
- 4) усі наведені відповіді правильні.

19. Нижче подані знаки відносяться до знаків:



- 1) знаків місця походження товару;
- 2) знаків відповідності;
- 3) мотиваційних знаків;
- 4) знаків, що засвідчують якість.

20. Вказаний знак  це:

- 1) клеймо ювелірного виробу, виготовленого з золота;
- 2) клеймо ювелірного виробу, виготовленого зі срібла;
- 3) клеймо ювелірного виробу, виготовленого з платини;
- 4) клеймо ювелірного виробу, виготовленого з паладію;

5) каратна проба.



21. Вказаний знак означає:

- 1) «Обережно! Вантаж»;
- 2) «Обережно поводитись з товаром»;
- 3) «Товар кубічної форми»;
- 4) «Товар потребує складування»;
- 5) не має смислового навантаження.

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 родове?
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?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: збірці первинної тари і споживчої упаковки прод- і непродтоварів; комплект чинних законодавчих документів (копії витягів); комп'ютерна база даних «Законодавство України».

Час: 8/10 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми

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

Завдання 1. Випишіть назви трьох ДСТУ або Технічних регламентів, які встановлюють вимоги до маркування конкретних груп товарів (наприклад, харчових продуктів, взуття, електроніки).

Завдання 2.. Опишіть алгоритм перевірки знака відповідності технічним регламентам (трилисник) на імпортованому товарі. Що він підтверджує для митника?

Завдання 3. Проаналізуйте законодавчі вимоги щодо мови маркування товарів, які ввозяться в Україну. Які наслідки відсутності україномовного тексту на упаковці?

Тестові питання до теми

1. Який міжнародний стандарт регулює структуру штрихового кодування?

- 1) ISO 9001;
- 2) GS1;
- 3) HACCP;
- 4) ДСТУ 3008.

2. Знак відповідності технічним регламентам в Україні має вигляд:

- 1) коло з хрестом;
- 2) незавершеного кола з трилисником;
- 3) квадрата з літерою «У»;
- 4) зеленого листка.

3. Хто встановлює стандартизовані вимоги до маркування нехарчових товарів?

- 1) Світова організація торгівлі;
- 2) Технічні регламенти;
- 3) Торгово-промислова палата;
- 4) Обласна адміністрація.

4. Наявність знака «СЕ» на товарі означає:

- 1) Вироблено в Китаї;
- 2) Відповідність стандартам Європейського Союзу;
- 3) Ціна за одиницю;
- 4) Екологічно чистий продукт.

5. Уніфікація маркування — це:

- 1) Збільшення кількості тексту;
- 2) Приведення до єдиних норм і форм;
- 3) Переклад на всі мови світу;
- 4) Використання лише чорно-білих кольорів.

6. Згідно зі стандартами, обов'язковим елементом маркування взуття є інформація про:

- 1) Колір шнурків;
- 2) Матеріал верху, підкладки та підошви;
- 3) Кількість люверсів;

4) *Вартість доставки.*

7. **Стандарт ISO 14020 стосується:**

1) *Штрих-кодування;*

2) *Екологічного маркування;*

3) *Термінів придатності;*

4) *Маркування небезпечних вантажів.*

8. **Чи дозволяється маркування товару стандартом, який втратив чинність?**

1) *Так, якщо товар якісний;*

2) *Ні, це порушення вимог до інформації;*

3) *Тільки для гуртової торгівлі;*

4) *На розсуд виробника.*

9. **Який документ підтверджує відповідність маркування вимогам безпеки?**

1) *Рахунок-фактура;*

2) *Декларація про відповідність;*

3) *Товарно-транспортна накладна;*

4) *Договір купівлі-продажу.*

10. **Обов'язкова вимога стандартів до шрифту на маркуванні — це його:**

1) *Колір;*

2) *Розмір та розбірливість;*

3) *Нахил;*

4) *Дизайнерський стиль.*

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?

САМОСТІЙНА РОБОТА №11

Тема: Штрихове кодування

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

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: 8/13 годин.

Питання для підготовки при вивченні теми

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

Завдання 1. Знайдіть приклад товару, де країна на маркуванні (напр., «Made in Italy») не збігається з префіксом країни у штрих-кодi (напр., 482 — Україна). Поясніть, чому так може бути (реєстрація бренду, OEM-виробництво тощо).

Завдання 2. QR-коди в логістиці: опишіть переваги використання двомірних кодів (QR, Data Matrix) порівняно з лінійними (EAN) для митного відстеження товарів (Data Tracking).

Тестові питання до теми

1. Яка кількість цифр міститься у найбільш розповсюдженому європейському стандарті штрих-коду?

- а) 8;
- б) 10;
- в) 12;
- г) 13.

2. Перші дві або три цифри коду EAN-13 позначають:

- а) код виробника;
- б) код національної організації (країни);
- в) ціну товару;

3. Хто в Україні займається присвоєнням штрих-кодів та реєстрацією префіксів?

- а) Митна служба;
- б) Асоціація «ГСІ Україна»;
- в) Міністерство юстиції;
- г) Держстандарт.

4. Контрольна цифра у штрих-кодi призначена для:

- а) визначення ціни;

- б) перевірки правильності зчитування сканером;
- в) кодування дати виготовлення;
- г) захисту від сонця.

5. Штрих-код системи ITF-14 зазвичай використовується для:

- а) роздрібних одиниць;
- б) транспортної упаковки;
- в) книг та журналів;
- г) газет.

6. Який префікс штрих-коду закріплений за Україною?

- а) 400-440;
- б) 460;
- в) 482;
- г) 590.

7. Для кодування книг використовується спеціальний стандарт: а) ISBN; б) ISSN; в) EAN-8; г) Code 128.

8. Чи міститься інформація про роздрібну ціну товару безпосередньо в коді EAN-13?

- а) так, завжди;
- б) тільки для акційних товарів;
- в) ні, ціна зберігається в базі даних магазину;
- г) тільки для імпорту.

9. Яка перевага коду Data Matrix над EAN-13?

- а) він красивіший;
- б) може зберігати набагато більше інформації на меншій площі;
- в) його можна читати без сканера;
- г) він безкоштовний.

10. Якщо штрих-код починається з цифри «2», це означає, що він:

- а) випущений в США;
- б) використовується для внутрішнього маркування в магазині (ваговий товар);
- в) це підробка;
- г) товар другої якості.

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?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: збірці товарних упаковок і тари; носії виробничого товарного маркування.

Час виконання: 9/16 годин.

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.

Тема «Товарні знаки» є однією з найцікавіших для студентів, оскільки вона безпосередньо пов'язана з боротьбою з контрафактом та захистом прав інтелектуальної власності на кордоні.

Завдання 1. Це завдання моделює роботу митного інспектора, який перевіряє товар на ознаки порушення прав інтелектуальної власності. Суть завдання: Оберіть відомий світовий бренд (наприклад, Nike, Apple, LEGO або Chanel). Знайдіть у відкритих джерелах або реєстрах (наприклад, Митний реєстр об'єктів інтелектуальної власності) інформацію про специфічні захисні елементи їхніх товарних знаків. Творча частина: Створіть «Чек-лист митника» для візуальної перевірки цього бренду. Опишіть 5 ознак, за якими можна відрізнити оригінальний товарний знак від підробки (наприклад: особливості шрифту, відстань між літерами, місце розміщення символу ®, якість відтиску на фурнітурі).

Завдання 2. Завдання спрямоване на розуміння видів товарних знаків та їхньої впізнаваності. Суть завдання: Уявіть, що ви — консультант із торгівлі. Вам потрібно розробити стратегію захисту для нового українського бренду (наприклад, крафтового виробника одягу або еко-ферми). Творча частина: Розробіть три варіанти подання одного і того самого бренду як об'єкта інтелектуальної власності: словесний ТЗ (придумайте унікальну назву-

неологізм); зображувальний ТЗ (намалюйте або опишіть логотип-символ без тексту); комбінований ТЗ (поєднання назви, кольору та символу).

Обґрунтуйте, який із цих трьох видів знаків буде найважче підробити «піратам» у міжнародній торгівлі та чому.

Під час виконання цих завдань студентам рекомендується скористатися базою даних Спеціальної інформаційної системи Укрпатенту або Global Brand Database, щоб побачити, як виглядають реальні свідоцтва на товарні знаки.

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 ?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: 10/23 годин.

Творче завдання: Візьміть упаковку будь-якого «суперфуду» (наприклад, батончик граноли або рослинне молоко). Розділіть інформацію на упаковці на дві колонки: «Юридично значуща інформація» (те, що вимагає закон) та «Маркетинговий шум» (те, що стимулює продаж, але не несе фактичного навантаження). Знайдіть хоча б один елемент «грінвошингу» (необґрунтованого екологічного позиціонування) та запропонуйте, як змінити маркування, щоб воно стало чесним.

Завдання 2. Для фахівців митної справи важливо розуміти систему географічних зазначень (наприклад, Champagne, Roquefort, Мелітопольська черешня). Творче завдання: Розробіть концепцію маркування для нового українського локального продукту (наприклад, «Карпатський високогірний чай» або «Херсонський кавун»), який претендує на статус «Захищеного найменування походження». Придумайте унікальний графічний знак (логотип) та опишіть, яка специфічна інформація про регіон виробництва має бути обов'язково внесена в товарно-супровідні документи для експорту цього товару.

Тестові питання до теми

Обов'язково зазначаються такі ароматизатори:

- 1) куркума;
- 2) хінін та кофеїн;
- 3) ванілін.

2. Назва харчового продукту повинна містити інформацією про фізичний стан продукту або спеціальну обробку, якій піддавався харчовий продукт (порошкоподібний, продукт сублимаційної сушки, швидко заморожений, концентрований, копчений тощо):

- 1) в усіх випадках, коли відсутність такої інформації може вводити споживача в оману;
- 2) за бажанням виробника;
- 3) лише у випадках експортування харчового продукту.

Дата "вжити до..." зазначається у такий спосіб:

1) дата складається з дня, місяця та, за потреби, року у незакодованій формі: у зазначеному порядку між цифрами проставляються розділові знаки (крапка, скісна риска, дефіс тощо) або інтервал;

2) дата складається з року, місяця і дня у незакодованій формі: у зазначеному порядку між цифрами проставляються розділові знаки (крапка, скісна риска, дефіс тощо) або інтервал;

3) дата складається з місяця та року у незакодованій формі: у зазначеному порядку між цифрами проставляються розділові знаки (крапка, скісна риска, дефіс тощо) або інтервал.

Висота малих літер без виносних елементів у тексті, яким надається обов'язкова інформація про харчовий продукт, повинна:

1) дорівнювати або перевищувати 1,2 міліметра;

2) дорівнювати або перевищувати 1,5 міліметра;

3) дорівнювати або перевищувати 1,7 міліметра.

Мінімальний термін придатності зазначається добровільно за вибором оператора ринку харчових продуктів для таких харчових продуктів:

1) вина, лікерні вина, ігристі вина, ароматизовані вина та інші аналогічні продукти, вироблені з фруктів, крім винограду та напоїв, вироблених з винограду та виноградного суслу, що класифікуються за [кодом 2206 00](#) згідно з УКТ ЗЕД;

2) хлібобулочні або кондитерські вироби, які зазвичай споживаються протягом 24 годин з моменту випікання;

3) кисломолочних продуктів.

Фактичний вміст спирту в напоях з вмістом спирту етилового зазначається для напоїв:

1) з вмістом спирту понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць, крім продукції, що класифікується за [кодом 2204](#) згідно з УКТ ЗЕД;

2) з вмістом спирту понад 2,5 відсотка об'ємних одиниць, крім продукції, що класифікується за [кодом 2204](#) згідно з УКТ ЗЕД;

3) з вмістом спирту понад 2,7 відсотка об'ємних одиниць, крім продукції, що класифікується за [кодом 2204](#) згідно з УКТ ЗЕД.

У маркуванні харчових продуктів, у яких певний компонент або інгредієнт, щодо якого споживач очікує, що він використовується звичайним чином або що він природно міститься у харчовому продукті, був замінений іншим компонентом або інгредієнтом:

1) додатково до переліку інгредієнтів має чітко зазначатися компонент або інгредієнт, використаний для повної або часткової заміни;

2) до переліку інгредієнтів не вносяться зміни щодо компонента або інгредієнта, який використаний для повної або часткової заміни.

Складний інгредієнт:

1) може бути включений до переліку інгредієнтів під своєю назвою, якщо така назва є загальновизнаною;

2) завжди описується повний склад, який зазначається в дужках після назви інгредієнту.

Інформація про харчові продукти не повинна приписувати будь-яким харчовим продуктам властивостей, що сприяють запобіганню чи лікуванню захворювань, або посилатися на такі властивості:

- 1) для будь-яких продуктів;
- 2) для продуктів крім природних мінеральних вод та харчових продуктів для спеціальних медичних цілей;
- 3) для продуктів крім харчових продуктів для спеціальних медичних цілей.

Інгредієнти, частка яких у готовому продукті становить менше 2 відсотків, вказуються:

- 1) в довільному порядку після інших інгредієнтів;
- 2) вказуються у порядку зменшення;
- 3) вказуються в алфавітному порядку.

У разі якщо зазначені країна походження або місце походження харчового продукту не збігаються з країною походження або місцем походження основного інгредієнта:

- 1) зазначити країну походження або місце походження основного інгредієнта;
- 2) вказати, що країна походження або місце походження основного інгредієнта відрізняється від країни походження або місця походження харчового продукту.

Перелік інгредієнтів має включати всі інгредієнти харчового продукту в порядку:

- 1) зменшення їх маси станом на момент їх використання у процесі виробництва харчового продукту;
- 2) збільшення їх маси станом на момент їх використання у процесі виробництва харчового продукту;
- 3) зменшення їх маси у готовому харчовому продукті;
- 4) збільшення їх маси у готовому харчовому продукті.

Оператор ринку харчових продуктів, відповідальний за інформацію про харчовий продукт:

- 1) оператор ринку харчових продуктів, під найменуванням якого харчовий продукт вводиться та перебуває в обігу, а для імпортованих харчових продуктів – імпортер;
- 2) оператор ринку харчових продуктів, під найменуванням якого харчовий продукт вводиться та перебуває в обігу, оператор ринку, який реалізує товар у роздрібній мережі (магазин);
- 3) оператор ринку харчових продуктів, під найменуванням якого харчовий продукт вводиться та перебуває в обігу.

Які із зазначених продуктів не відносяться до алергенів:

- 1) люпин та продукти з люпину;
- 2) селера та продукти з селери;
- 3) олія соняшникова та продукти, що її містять.

Назва харчових продуктів, які або інгредієнти яких безпосередньо піддавалися дії іонізуючого випромінювання:

- 1) позначається спеціальним інформаційним знаком;
- 2) має супроводжуватися словами "опромінений" або "піддавався дії іонізуючого випромінювання";
- 3) виділяється збільшеним шрифтом.

Назва харчових продуктів, які були заморожені до продажу, а продаються у розмороженому стані:

- 1) позначається спеціальним інформаційним знаком;
- 2) має включати слово "розморожений";
- 3) не позначаються ніяк порівняно з іншими продуктами.

Позначення "без глютену" може бути застосовано лише за умови, що вміст глютену у харчових продуктах, що пропонуються до реалізації кінцевому споживачеві, не перевищує:

- 1) 10 міліграмів на 1 кілограм загальної маси харчового продукту;
- 2) 15 міліграмів на 1 кілограм загальної маси харчового продукту;
- 3) 20 міліграмів на 1 кілограм загальної маси харчового продукту.

Показники енергетичної цінності та вмісту поживних речовин зазначаються на:

- 1) 10 грамів або 10 мілілітрів харчового продукту;
- 2) 100 грамів або 100 мілілітрів харчового продукту;
- 3) 1000 грамів або 1000 мілілітрів харчового продукту.

30. Якщо харчовий продукт зберігається понад 18 місяців, у даті необхідно:

- 1) вказати число, місяць та рік;
- 2) вказати місяць та рік;
- 3) достатньо вказати рік.

Маркування харчового продукту повинно включати позначку "з ГМО":

- 1) за наявності у харчовому продукті генетично модифікованих організмів (ГМО), якщо їх частка перевищує 0,5 відсотка в будь-якому інгредієнті харчового продукту;
- 2) за наявності у харчовому продукті генетично модифікованих організмів (ГМО), якщо їх частка перевищує 0,9 відсотка в будь-якому інгредієнті харчового продукту;
- 3) за наявності у харчовому продукті генетично модифікованих організмів (ГМО), якщо їх частка перевищує 1,2 відсотка в будь-якому інгредієнті харчового продукту.

Інформація про номінальну кількість не є обов'язковою для харчових продуктів:

- 1) які можуть значно втрачати об'єм або масу, які продаються поштучно, маса чи об'єм яких визначається у присутності покупця;
- 2) кількість яких є меншою за 5 грамів або 5 мілілітрів, крім прянощів і трав;

3) які, зазвичай, продаються поштучно, за умови що кількість одиниць товару є добре видимою і легко піддається підрахунку, або якщо такий підрахунок є неможливим - кількість одиниць (штук), зазначена у маркуванні;

4) усі відповіді правильні.

У разі якщо фасована одиниця харчового продукту складається з двох або більше окремих фасованих одиниць, що містять однакоvu кількість одного й того самого продукту, номінальна кількість зазначається:

1) як номінальна кількість кожної окремої одиниці та загальна кількість таких окремих одиниць;

2) як номінальна кількість цілої фасованої одиниці продукту.

Якщо дата кінцевої реалізації продукту вказує на день та місяць:

1) перед датою зазначаються слова "Краще спожити до...";

2) перед датою зазначаються слова "Краще спожити до кінця...".

Назва речовини або харчового продукту, яка є загальноновизнаним алергеном:

1) зазначається окремим рядком у переліку інгредієнтів;

2) не відділяється від інших складників, але зазначається фраза «Продукт містить алергени»;

3) має бути виділена (шрифтом, кольоровим фоном, стилем тощо) серед решти інгредієнтів у переліку інгредієнтів.

Якщо харчовий продукт зберігається не більше трьох місяців, у даті завершення мінімального терміну придатності:

1) достатньо вказати день і місяць;

2) необхідно вказати день, місяць та рік;

3) необхідно вказати годину, день, місяць;

4) необхідно вказати годину, день, місяць та рік.

Якщо харчовий продукт зберігається більше трьох місяців, але менше 18 місяців, у даті завершення мінімального терміну придатності:

1) достатньо вказати місяць і рік;

2) необхідно вказати день, місяць та рік;

3) достатньо вказати рік.

Для таких продуктів як оцет; харчова сіль; цукор у твердому стані кінцевий термін реалізації вказується:

1) обов'язково, як і для всіх харчових продуктів;

2) добровільно виробником;

3) взагалі не вказується.

Які з вказаних продуктів відносять до загальноприйнятих алергенів:

1) мальтодекстрини на основі пшениці;

2) риба'ячий желатин;

3) рослинний ефір станолу, виробленого зі стеролів рослинної олії, джерелом якої є соя;

4) двоокис сірки та сульфіти у концентрації понад 10 міліграмів на кілограм або 10 міліграмів на літр в розрахунку на сумарний обсяг оксиду сірки (SO₂);

5) люпин та продукти з люпину.

Вміст аспартаму чи фенілаланіну в харчовому продукті:

- 1) вказується на етикетці поряд з назвою продукту та в складі продукту;
- 2) виноситься в склад продукту;
- 3) вказується лише біля назви продукту.

Напис «Продукт містить локрицю» проstableється біля назви продукту при концентрації вмісту:

- 1) 10 міліграмів на 1 кілограм або 1 міліграм на 1 літр чи більше;
- 2) 100 міліграмів на 1 кілограм або 10 міліграмів на 1 літр чи більше;
- 3) 10 грам на 1 кілограм або 100 міліграмів на 1 літр чи більше.

Основний інгредієнт продукту - інгредієнт або інгредієнти харчового продукту, вміст яких у продукті:

- 1) перевищує 30 відсотків;
- 2) перевищує 50 відсотків;
- 3) перевищує 80 відсотків;
- 3). становить 100 відсотків.

Під час обігу фасованих харчових продуктів в упаковці або тарі невеликих розмірів, найбільша поверхня яких має площу менше 10 квадратних сантиметрів, обов'язковою для зазначення у маркуванні є лише інформація:

- 1) назва харчового продукту, виробник, кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання; мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 2) назва харчового продукту, виробник; мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 3) назва харчового продукту, алергени, кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання; мінімальний термін придатності або дата "вжити до".

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 непромислових 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?

САМОСТІЙНА РОБОТА №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: 10/21 година.

Завдання 1. Складіть «Ідеальну етикетку» для складного технічного виробу (наприклад, бездротових навушників), використовуючи лише графічні символи (піктограми). Потрібно відобразити не менше 7 обов'язкових вимог (відповідність техрегламентам, особливості утилізації, правила безпеки, обмеження за віком тощо) без жодного слова.

Завдання 2. Оберіть будь-який предмет одягу або взуття відомого світового бренду. Напишіть критичний есей на тему «Про що мовчить ярлик?». Дослідіть, яка прихована інформація про товар є критичною для митного коду УКТ ЗЕД, але зазвичай не вказується для споживача (наприклад, точний відсотковий склад підкладки, тип переплетення ниток або спосіб дублення шкіри).

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 виконання самостійної роботи 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: ЛНТУ, 2019. – 48 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 2025 р.
Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк.2,1 Тираж ___ прим. Зам. .