МДК 01.01 Розничная торговля непродовольственных товаров.

Тема 1. Общая часть товароведения.

Тема1.4 Виды, формы и средства товарной информации.

**Информация о товаре**  
Изготовитель или продавец товара обязаны своевременно пре­доставлять потребителю (покупателю) всю необходимую и дос­товерную информацию о предлагаемых для реализации непродо­вольственных товарах, обеспечивающую возможность их компе­тентного выбора. Такая информация в зависимости от вида и технической сложности товара должна быть представлена в виде маркировки, т.е. информации, наносимой непосредственно на кон­кретные товары, тару, этикетки, ярлыки и т.п., или в виде тек­стового документа (паспорта, руководства по применению и др.), непосредственно прикладываемого к конкретному товару. Инфор­мация, предоставляемая непосредственно с товаром, должна быть полной, однозначно понимаемой и излагаться на русском языке. Информация может быть частично или полностью продублирова­на на иностранных языках, а по требованию заказчика может из­лагаться на государственных языках объектов Российской Федера­ции и языках народов РФ.  
  
Информация для потребителя регламентируется ГОСТами и в обя­зательном порядке должна содержать следующие данные:

наименование товара;

наименование страны-изготовителя;

наименование фирмы-изготовителя;  
 основное (или функциональное) предназначение товара или об­ласть его применения;  
 правила и условия безопасного хранения, транспортирования, безопасного и эффективного использования, ремонта, утилиза­ции и т.п.;  
 основные потребительские свойства или характеристики;

информацию об обязательной сертификации;

юридический адрес изготовителя и (или) продавца.

Кроме того, в зависимости от вида и технической сложности това­ра, изготовитель или продавец должен обеспечить необходимую и до­статочную для потребителя информацию по безопасности, экономич­ности, энергоэкономичности и других свойствах товара, применив все или часть сведений из ниже приведенного перечня:

масса нетто, основные размеры, объем или количество;

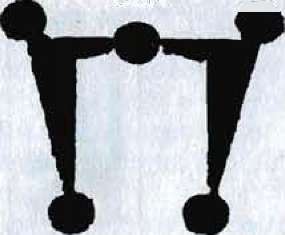
состав (комплектность);  
 товарный знак (товарная марка) изготовителя;

дата изготовления;

срок годности (службы);  
 обозначение нормативного или технического документа, по ко­торому изготавливается товар (для товаров отечественного произ­водства);  
  
 информацию о добровольной сертификации (при наличии);

информацию о знаке соответствия (при наличии); штриховой код товара (при наличии);  
 информацию о специфических свойствах товара (при наличии).

Вся информация должна быть достоверной и соответствие товара заявленной информации должно является обязательным требовани­ем для изготовителя и продавца.  
Наименование товара должно соответствовать государственным ставдартам РФ и общероссийским классификаторам технико-эконо- мической информации.  
  
Поступающие по импорту товары, не являющиеся традиционны­ми для России, должны иметь наименования, соответствующие меж­дународным, региональным или национальным стандартам, а при их отсутствии — наименованиям, применяемым в стане-изготовителе. Использование в информации о товаре таких характеристик как «Эко­логически чистый», «Изготовленный без применения вредных ве­ществ» и т.п., носящих, как правило, рекламный характер, допус­кается при наличии нормативной документации, позволяющей про­вести контроль и идентификацию заявленных характеристик, а также при подтверждении этого органами, уполномоченными для проведе­ния процедуры такого контроля. Наименование страны-изготовителя указывается по названию, принятому в ООН. Если товар, изготов­ленный в одной стране, проходит в другой стране техническую обра­ботку, которая изменяет его свойства или превращает в конечное готовое изделие, то эта другая страна рассматривается как страна- изготовитель данного товара.  
  
В том случае, если изготовитель товара не является упаковщиком или экспортером, то наряду с изготовителем должны быть указаны юридические адреса упаковщика и экспортера.  
  
Основное или функциональное назначение товара, его основные потребительские свойства, область его использования, правила и ус­ловия безопасности и технически грамотной эксплуатации, ремонта, утилизации и др. должны сообщаться потребителю в соответствии с требованиями нормативного или технического документа на товар.  
  
Масса товара, основные его размеры, объем и количество товара должны указываться в международной системе единиц (СИ).  
  
Состав и комплектность товара должны быть представлены в виде перечня с наименованием «Состав», «Комплектность».  
  
Товарный знак или товарная марка изготовителя проставляется непосредственно на товарах, таре или на ярлыках и этикетках.  
  
С учетом особенностей конкретных товаров в информации о них указывают срок хранения и срок годности (службы) или только срок годности (службы) товара.  
  
Изготовитель должен указывать срок годности, если данный товар включен в утвержденный правительством РФ «Перечень товаров, для которых установление срока годности обязательно».  
  
Для товаров с практически неопределенными длительными (мно­голетними) сроками хранения сроки их годности или сроки хране­ния в информации для потребителя не указывают, а устанавлива­ют в договоре купли-продажи.  
  
Срок годности (или службы) исчисляют с даты изготовления и указывают непосредственно на товаре, транспортной или потре­бительской таре с использованием одной из типовых формулировок: «Годен в течение (лет, месяцев, суток)» и (или) «Годен до (число, месяц, год)», и (или) «Использовать до (число, месяц, год)», «Срок службы (лет, месяцев, суток, циклов)».  
  
В информации для потребителя на отечественную продукцию дол­жна приводиться ссылка на нормативную или техническую доку­ментацию, из которой она была приведена.  
  
Информация о товаре располагается в одном или нескольких удобных для прочтения местах, при этом следует размещать ин­формацию всегда в одних и тех же местах единицы товара, тары, упаковки.  
  
При небольших размерах единиц тары или упаковки, на которых технически сложно разместить текст необходимой информации пол­ностью, а также на сувенирных и подарочных изделиях, допускается данные о товаре или часть из них размещать на листе-вкладыше, прилагаемом к каждой единице тары, упаковки, групповой упаков­ке или в сопроводительной документации к поставляемому товару.  
  
Важное значение для потребителей и участников коммерческой деятельности имеют информационные знаки, представляющие со­бой условные обозначения, предназначенные для оценки свойств и идентификации характеристик товара.  
  
К информационным знакам относятся знаки, которые инфор­мируют:  
  
о предприятии (фирме)-изготовителе (товарные знаки и знаки обслуживания);  
  
о соответствии товара нормативным документам (сертификаци­онные знаки и знаки соответствия);  
  
о составе (комплектации) товара и содержании в нем отдель­ных составляющих;  
  
о правилах использования товара;  
  
о проведении погрузочно-разгрузочных работ с товаром и его транспортировке (манипуляционные знаки);  
  
об опасности и риске, возникающих при использовании, хра­нении, транспортировании и утилизации потенциально опасных веществ, изделий и материалов (предупредительные символы);  
  
о правилах утилизации упаковки (экологические знаки).  
  
Функции информационных знаков могут выполнять графичес­кие обозначения, рисунки, буквы, цифры, слова, цвет и форма изделия или его упаковки.  
  
Порядок присвоения информационных знаков и правила мар­кировки товаров устанавливаются стандартами или другими нор­мативными документами.  
  
Товарные знаки и знаки обслуживания представляют собой обо­значения, позволяющие различать между собой товары и услуги различных юридических или физических лиц. Товарные знаки дол­жны выделять продукцию и услуги определенного предприятия из числа аналогичных, предлагаемых другими предприятиями

Товарный знак в России регистрируется Патентным Ведомством в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ [-га имя юридического или физического лица сроком на 10 лет, с  
правом последующего продления каждый раз на 10 лет. На зарегист­рированный товарный знак выдается свидетельство. Право на товар­ный знак охраняется законом. Владелец товарного знака имеет ис­ключительное право пользоваться этим знаком, а также запрещать его использование другим лицам или наоборот предоставлять право использования знака другим лицам по лицензионному договору или договору об уступке товарного знака.  
  
Знаки соответствия — это обозначения, которые наносятся на товар и (или) упаковку для подтверждения соответствия качества товара требованиям стандартов или других технических докумен­тов. Знак соответствия, нанесенный на сертифицированную про­дукцию, свидетельствует о проведении идентификации продук­ции и оценке ее соответствия требованиям безопасности третьей независимой стороной.  
  
По своей принадлежности знаки соответствия подразделяют на национальные и транснациональные.  
  
Национальные знаки соответствия стандартам регистрируются национальными органами стандартизации и сертификации и за­щищаются национальным законодательством.  
  
Изготовители продукции любой страны могут, подав заявку в национальный орган стандартизации и сертификации, получить лицензию на применение знака соответствия стандарту. Использо­вание национальных знаков соответствия стандартам без лицензии не допускается.  
  
Согласно требованиям национальных органов стандартизации и сертификации для получения лицензии изготовитель продукции должен представить документально оформленные доказательства того, что он обладает достаточными техническими средствами и возмож­ностью обеспечить контроль продукции и ее стабильное качество.  
Транснациональные знаки соответствия стандартам применяются в ряде стран с целью взаимного признания результатов сертифика­ционных испытаний и контроля на базе гармонизированных стан­дартов. Так, например, Европейский комитет по стандартизации (CEN) учредил знак «CEN» (рис. 4, а), присваиваемый продукции, удов­летворяющей требованиям соответствующего Европейского стандар­та или документов CEN по гармонизации. В этом случае знак «CENELEC»  
  
  
аб  
  
Рис. 4. **Транснациональные знаки соответствия стандартам**  
признается всеми участниками соглашения, входящими в Европейс­кий комитет по стандартизации, а именно странами - членами Ев­ропейского экономического сообщества и Европейской ассоциации свободной торговли.  
  
Другим транснациональным знаком соответствия, пользующимся международным признанием, является знак «CENELEC», введен­ный Европейским комитетом по стандартизации в электротехнике (рис. 4, б). Электронные системы, маркированные этим знаком со­ответствия, могут приниматься, реализовываться и эксплуатиро­ваться всеми странами - членами сообщества без дополнительного контроля. Знак «CENELEC» соответствия стандартам зарегистриро­ван в настоящее время в качестве знака сертификации более чем в 40 странах мира.  
  
Гарантии соответствия продукции стандартам и техническим ус­ловиям обеспечивали ранее в Советском Союзе путем маркирования продукции знаком соответствия государствешгым стандартам (ГОСТ), отраслевым стандартам (ОСТ), республиканским стандартам (РСТ), техническим условиям (ТУ) (рис. 5).  
  
В настоящее время в Российской Федерации вся сертифицирован­ная продукция маркируется российским знаком соответствия с ука­занием присвоенного Госстандартом РФ шифра органа сертифика­ции, осуществлявшего процедуру сертификации (рис.6).  
  
Этот знак подтверждает, что по результатам сертификационных испытаний продукция признана соответствующей определенным требованиям стандартов, санитарно-эпидемиологических положений и других нормативных документов, о чем указывается в сертификате соответствия.  
  
При использовании (эксплуатации) некоторых промышленных товаров требуется соблюдение определенных правил. Помимо их сло-  
  
ГОСТ... ОСТ... РСТ... ТУ...  
  
**Рис. 5. Знаки соответствия стандартам бывшего СССР**

весного описания на упаков­ке и (или) на товаре поме­щают графические символы, указывающие на те или иные операции, соблюдение которых обеспечивает сохра­нение качества товара.  
  
Так на упаковках и эти­кетках текстильных товаров и щвейно-трикотажных изделий поме­щают международные символы, регламентирующие режимы стир­ки, отбеливания, глажения, химической чистки и сушки. Описа­ние этих символов изложено в главе2.  
  
Для указания допустимых способов обращения с грузами (транс­портной упаковкой товаров) используются манипуляционные зна­ки (рис. 7).  
  
  
  
  


**Рис. 6. Российский знак соответствия, которым маркируется продукция**  
  
Изображение, наименование, назначение, размеры и правила раз­мещения манипуляционных знаков регламентируются ГОСТ 14192— 77 «Маркировка грузов».

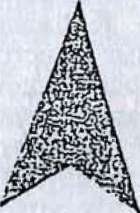
в  
  
  
б  
  
а

Рис. 7. Манипуляционные знаки:  
  
**а – Хрупкое. Осторожно; 6 - Беречь от влаги; в - Открывать здесь**

Важное значение имеет предупредительная маркировка, наноси­мая на упаковку или транспортную тару материалов и веществ, спо­собных причинить вред человеку или окружающей среде. Предупре­дительную маркировку производят с помощью предупреждающих символов и поясняющего текста (рис. 8).  
  
  
  
  
Рис. 8. Предупредительные символы:  
  
а — Окислитель; б - Ядовито; в -Взрывоопасно  
  
В настоящее время существуют различные международные требо­вания по классификации и маркировке опасных веществ и материа­лов (ОВМ), разработанные органами Организации Объединенных Наций (ООН), Международной организации труда (МОТ), Евро­пейского сообщества (ЕС) и др. Наиболее распространены системы маркировки, используемые при транспортировке описанных веществ и материалов и основанные на рекомендациях ООН,  
  
Большинство стран Европы руководствуются при нанесении пре­дупредительной маркировки Директивами ЕС.  
  
В соответствии с этими директивами информация по безопасному использованию вещества на этикетке включает в себя изображенные на оранжевом, желтом или красном фоне графические символы, характеризующие виды опасности, вызываемые данным веществом, и текстовое определение этих видов опасности, состоящего из буквы R латинского алфавита и цифр от 1 до 59, характеризующие виды опасности (например, R-24 - «токсично при контакте с кожей»), а также шифра действий по безопасному использованию, состоящему из буквы S латинского алфавита и цифр от 1 до 60 (например, S-24 — «избегать контакта с кожей»).  
  
К сожалению, в России в настоящее время отсутствуют конкрет­ные общегосударственные требования к потребительской и произ­водственной маркировке опасных веществ и материалов в виде госу­дарственного стандарта на их предупредительную маркировку.  
  
В целях обеспечения безопасности для жизни, здоровья и имуще­ства потребителей и охраны окружающей среды на упаковку, нано­сятся экологические знаки, указывающие на способ ее утилизации.  
  
  
  
  
Рис. 9. Экологический знак**«Зеленая точка»(Германия)**  
  
<  
• • Среди наиболее часто используемых экологических знаков - знак «Зеленая точ­ка» (рис. 9), впервые получив­ший распространение в Гер­мании после принятия ново­го законодательства об утилизации и вторичном ис­пользовании упаковки. Этим знаком маркируется упаков­ка, на которую распространя­ется гарантия возврата и вто­ричной переработки.В настоя­щее время некоторые страны Западной Европы приняли в качестве экологического зако­на германский знак «Зеленая точка». К сожалению, в Рос­сии нет национального эко­логического знака.  
Важнейшим видом маркировки товара являются штриховые коды (ШК).  
  
Штриховые коды, представляющие собой по внешнему виду пря­моугольник с комбинацией темных и светлых полос и цифровых обозначений, стали неотъемлемым элементом маркировки товаров не только импортного, но и отечественного происхождения.  
  
В соответствии с требованиями проведения внешнеторговых опе­раций, наличие штрихового кода является обязательным условием экспорта. Отсутствие штрихового кода часто яаляется причиной сни­жения конкурентоспособности ряда отечественных товаров на внеш­нем рынке.  
  
Штриховой код (ШК) - товарный знак, наносимый на товар или его уцаковку в виде штрихового или цифрового символа, считываемого сканером.  
  
Штриховой код является одним из средств системы автоматичес­кой идентификации товара, к которой также относятся средства циф­ровой, магнитной, радиочастотной, звуковой и визуальной иденти­фикации (магнитная карточка, радиочастотная бирка и т.д.). Его глав­ное преимущество перед другими средствами автоматической идентификации заключается в возможности оперативно передавать информацию о товаре по системе электронной связи, т.е. ШК явля­ется эффективным средством телекоммуникации. Штриховой код предназначен для: оперативной идентификации товара и производителя; проведения торговых сделок «без бумаг»: Ш К сокращает издерж­ки на делопроизводство с 15 % до 0,5-3 % от стоимости товара; автоматизированного учета и контроля товарных запасов; оперативного управления процессом товародвижения: отгрузки, транспортировки и складирования товаров (производительность тру­да по обеспечению товародвижения повышается на 30%, в некото­рых случаях - до 80%);  
  
информационного обеспечения маркетинговых исследований. Представим модельную ситуацию управления процессом товаро­движения с использованием автоматической идентификации товара на основе ШК. Информация о покупке товара со сканирующих уст­ройств и кассовых терминалов, установленных в торговом зале мага­зина, передается в главный компьютер торгового склада, осуществля­ющий контроль за изменением товарных запасов. При уменьшении их ниже установленных нормативов формируется заявка на поставку то­варов определенного ассортимента, которая передается по каналам спут­никовой связи в оптовое предприятие. В свою очередь оптовик направ­ляет заказ производителю. В соответствии с заказом осуществляется выпуск конкретных товаров, пользующихся спросом. Производитель отправляет оптовику предварительное уведомление о поставке товаров и осуществляе т отгрузку. Оптовик посылает опережающее отгрузочное сообщение в магазин и производит поставку.  
Необходимо еще раз подчеркнуть, что ШК не дает гарантий ка­чества товара, а может характеризовать его лишь опосредованно. В настоящее время среди отечественной продукции «подлинные» штри­ховые коды имеют товары конкурентоспособные по качеству на ми­ровом рынке, производителями которых являются крупные фирмы, заинтересованные в экспорте своей продукции и располагающие ка­питалом на внедрение средств автоматической идентификации. ШК, также как и сертификат качества, является необходимым условием экспорта в страны ЕЭС, США,**Канаду,** Японию и**др.**  
  
Области применения Недостаточно разнообразны: промышлен­ное производство, оптовая и розничная торговля, складское хозяй­ство, транспорт, банковское дело, таможенный контроль, страхова­ние, здравоохранение, издательство и др.  
  
Каждому виду, разновидности, модификации товара присваи­вается индивидуальный товарный номер (обозначается штриховым кодом). При изменении потребительских свойств товара (состава, формы, размера, массы, конструкции, цвета, вида и способа упа­ковки, комплектности и т.д.), его ШК обязательно меняется. Толь­ко рыночное колебание цены на товар не влечет за собой изменение его товарного номера (кода).  
Существуют несколько видов кодов, среди которых наиболее рас­пространенными являются европейские коды типа EAN и американ­ские типа UPC.  
  
Коды EAN в зависимости от числа знаков символов подразделя­ют на EAN-8, EAN-13 и EAN-I4.  
  
При нанесении штрихкода на товар или на его внутреннюю (по­требительскую) упаковку применяют тринадцати- или восьмизнач­ные символы Международной ассоциации товарной нумерации EAN (EAN-I3 и EAN-8), а также американские универсальные коды UPC.  
  
Сокращенные коды (например, EAN-8) наносят обычно на мало­габаритные товары, размер которых не позволяет наносить полные (тринадцатизначные) номера.  
  
Для маркировки транспортной упаковки используют символы кода EAN-13 и EAN (ITF)-14.  
  
Коды EAN-14 имеют более крупные размеры, чем EAN-13 и не требуют высококачественной печати. Однако, если товар продастся покупателю вместе с упаковкой, применяют только коды EAN-13, так как код EAN-14 не считывается сканирующими устройствами, установленными в магазинах.  
  
По структуре кодов различают ШК: дискретные: знаки разделены межзначными интервалами; непрерывные: знаки-разделители отсутствуют; двунаправленные: можно считывать в двух направлениях — слева направо и справа налево.  
  
На рис. 11 представлен образец штрихкода типа EAN-13, на при­мере которого более детально разберем принцип кодирования товара. Тринадцатизначный номер штрихового кода EAN-13 включает: первые 2 (3) знака - код банка данных организации, зарегистри­ровавшей предприятие-изготовитель и товар (выдавшей товарный номер). Необходимо учитывать, что он не всегда совпадает с местом происхождения (страной изготовления) товара, так как фирма мо­жет быть зарегистрирована не в отечественном банке данных, а в зарубежном; последующие:  
  
5 (4) знаков - код предприятия, производящего или реализующе­го товар;  
  
**5 знаков** — код товара. Предприятие самостоятельно определяет кодируемую информацию (с учетом потребительских свойств това­ра, упаковки, массы и т.д.) и доводит ее до торгового партнера, который должен получить информацию о ШК минимум за 3 неде­ли до поставки самого товара (это правило действует и в случае изменения ШК);  
  
I знак (последний) - контрольная цифра рассчитывается путем простейших арифметических операций и предназначена для провер­ки правильности считывания (сканирования) ШК.  
  
Часто ШК сопровождается знаком «старт-стоп», который распола­гается в начале и в конце кодового сообщения и используется как ограничитель кода. Такими ограничителями являются удлиненные кра­евые штрихи, указывающие на начало и конец сканирования.  
  
Европейская ассоциация пользователей системы автоматической идентификации товаров EAN присвоила определенные коды банкам данных различных стран. В табл. I представлена кодировка банков данных о штриховых кодах некоторых стран.  
  
Таблица 1  
  
Коды стран местонахождения банка данных о штриховых кодах

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Срана | Код | Страна | Код |
| I | 2 | 3 | 4 |
| Австрия | 90-91 | Перу | 775 |
| Австралия | 93 | Португалия | 560 |
| Аргентина |  | Польша | 590 |
| Бельгия и **Люк­** |  | Россия | 400-460 |
| сембург | 54 | Сингапур | 889 |
| Болгария | 380 | Словения | 383 |
| Бразилия | 789 | США и Канада | 00—09 |
| Великобритания | 50 | Таиланд | 885 |
| Венгрия | 599 | Тайвань | 47] |
| Венесуэла | 759 | Тунис | 619 |
| Германия " | 400-440 | Турция | 869 |
| Греция | 520 | Уругвай | 773 |
| Гонконг | 489 | Филлипины | 480 |
| Дания | 57 | Франция | 30-37 |
| **Израиль** | 729 | Финляндия | 64 |
| Индонезия | 899 | Чехия | 859 |
| Ирландия | 539 | Чили | 780 |
| Исландия | 569 | Хорватия | 385 |
| Испания | 84 | Швейцария | 76 |
| Италия | 80-83 | Швеция | 73 |
| Кипр | 529 | Центральноамериканские страны | |
| Китай | 690 | Гватемала |  |
| Колумбия | 770 | Сальвадор |  |
| Куба | 850 | Гондурас | 740-745 |
| Латвия | 4605 | Панама |  |
| Мальта | 535 | Никарагуа |  |
| Малайзия | 955 | Коста-Рика |  |
| Марокко | 611 | Эквадор |  |
| Мексика | 750 | Эстония |  |
| Нидерланды | 87 | Южная Корея | 880 |
| Новая Зеландия | 94 | Югославия | 860 |
| Норвегия | 70 | Япония | 45-49 |

Таким образом независимый покупатель может, даже пользуясь специальными классификаторами, расшифровать лишь первые 7 зна­ков штрихового кода. Полностью расшифровать информацию может лишь торговый партнер фирмы-изготовителя. Нередко на товаре мож­но увидеть надпись, например, «Сделано в Германии», а код, нане­сенный на этикетку, этой стране не соответствует. Причин этого может быть несколько.  
  
Первая: фирма была зарегистрирована и получила код не в своей стране, а в той, куда направлен основной экспорт продукции.  
  
Вторая: товар был изготовлен на дочернем предприятии, располо­женном в другой стране.  
  
Третья: возможно товар был изготовлен в одной стране, но по лицензии фирмы из другой страны.  
  
И, наконец, четвертая: учредителями предприятия являются не­сколько фирм из различных государств.  
  
Следует отметить, что, используя штрих-код, можно с известной степенью достоверности, судить о подлинности товара или же уста­новить наличие фальсификации продукции.  
  
Это может быть сделано с помощью имеющего в штрих-коде контрольного знака (последняя цифра штрих-кода).  
  
Ниже приводится методика такого анализа на примере штрихкода типа EAN-13, приведенного на рис. L1 (код 5900501002822),  
  
Для такого анализа следует провести следующие вычисления:

1. Сложить цифры, стоящие на четных местах: 9+0+0+0+2+2=13;
2. Полученную в п. L сумму умножить на 3: 13 х 3 = 39;
3. Сложить цифры, стоящие на нечетных местах без контрольной цифры: 5+0+5+1+0+8= 19;
4. Сложить суммы, полученные в п.2 и п.З: 39+19 = 58;
5. Отбросить десятки, получим число 8;
6. Из 10 вычесть полученную в п. 5 сумму: 10-8 = 2.

Если полученная после расчета цифра не совпадает с контрольной цифрой в штрихкоде, это означает, что товар произведен незаконно.  
  
Если полученная в п. 6 цифра совпадает с контрольной, что мы наблюдаем в нашем примере, то произведенный и промаркирован­ный товар является подлинным.  
  
Существует ряд правил нанесения штрих-кода, отклонение от ко­торых также может позволить отличить подлинные штриховые коды от поддельных.  
  
Во-первых, установлены требования к размеру ШК: минимально возможные раз­меры кода — 21,0 х 30,0 мм; максималь­ные - 52,5 х 74,6 мм. При этом на допуск на ширину печатаемого штриха меняется в 8 раз.  
  
Рис.11. Образец штрихового кода в системе  
  
  
4601414000103  
EAN**-13 59 О» 501 0 0 2 sn**

Цветовое исполнение должно быть следующим: цвет штрихов мо­жет быть черным, синим, темно-зеленым или темно-коричневым; в качестве фона рекомендуется применять белый цвет, но можно так­же использовать желтый, оранжевый и светло-коричневый. Красный и желтый тона для печатания штрихов применять нельзя, так как они не различаются сканером.  
  
Размещают ШК, как правило, на задней стенке упаковки в правом нижнем углу, на расстоянии не менее 20 мм от краев. По­верхность упаковки при этом должна быть абсолютно ровная, без перфорации, рисунков и т.д. При использовании мягких упаковок (пакетов из полимерных материалов), для нанесения ШК выби­рают такое место, на котором штрихи будут параллельны днищу упаковки.  
  
На каждой упаковке размещают лишь один код EAN или UPC, однако, если товар зарегистрирован в двух ассоциациях, в противо­положных концах упаковки наносят два кода.  
  
Таким образом, даже знание этих простейших правил иногда может защитить потребителя от подделки ШК.  
  
Существует 2 принципиально разных варианта нанесения ШК на товар или его упаковку:

* 1. полиграфическим способом: высокое качество печати обеспечи­вают оригинал-макеты (мастер-фильмы), изготавливаемые специали­зированными фирмами (СП «Интерштрихкод», г. Москва).
  2. в виде самоклеющихся этикеток, ярлыков и т.д.

Для считывания ШК применяют:  
  
стационарные и портативные лазерные сканеры, позволяющие счи­тывать ШК на различных расстояниях от товара: от 60 см до 5-6 м;  
  
кассовые терминалы, оснащенные системами считывания ШК;  
  
оптические контактные считыватели в виде ручек, карандашей, лазерных пистолетов и др.  
  
Единственной организацией в России и странах СНГ, имеющей право регистрировать предприятия в Международной системе EAN и предоставлять уникальные штриховые коды EAN и американс­кие коды UPC, является Внешнеэкономическая ассоциация в об­ласти автоматической идентификации «UN IS CAN» («ЮНИСКАН»). Любое предприятие может стать полноправным членом-пользова­телем Международной ассоциации EAN и получить товарный номер (штриховой код) на свою продукцию.  
  
ГЛАВА 2. ТЕКСТИЛЬНЫЕ**И**ШВЕЙНО-ТРИКОТАЖНЫЕ ТОВАРЫ  
  
Одежда удовлетворяет различные потребности человека - как ма­териальные, так и нематериальные. Суть материальных потребнос­тей, удовлетворяемых одеждой, состоит в создании условий для под­держания нормальной жизнедеятельности организма человека. Нема­териальные потребности обусловлены эстетическими, социальными и психологическими требованиями.  
  
Факторами, определяющими степень удовлетворения одеждой, являются:  
  
свойства материалов, применяемых для изготовления одежды (во­локнистый состав, колористическое оформление и др.);  
  
модель, конструкция одежды, качество изготовления (посадка по фигуре, покрой, качество пошива и др.);  
  
обработка изделия с целью придания ему дополнительных свойств (формоустойчивости, водозащитных и др.).  
  
Разнообразные материалы, применяемые для изготовления одеж­ды различного назначения, делятся на следующие группы:

* + 1. Основные материалы (для верха изделия) - ткани, трикотаж­ные полотна, нетканые материалы, меха, натуральная и искусст­венная кожа и замша, комплексные и пленочные материалы и др.;
    2. Материалы для подкладки - хлопчатобумажные, шелковые, полушелковые, синтетические ткани, искусственный и натураль­ный мех, трикотажные полотна и др.;
    3. Для прокладки - бортовая и волосяные ткани, коленкор, флизелин и др.;
    4. Для утепления - мех, вата, ватин, поролон, синтепон, пух и др.;
    5. Для соединения деталей - швейные нитки, клеи;
    6. Материалы для отделки - ленты, кружева и др.;
    7. Фурнитура - пуговицы, кнопки, крючки, пряжки и др.

Текстильные материалы  
  
К текстильным материалам относятся текстильные волокна, нити и изделия, изготовленные из них.  
  
Текстильные волокна - это протяженные гибкие и прочные тела с малыми поперечными размерами, ограниченной длины, исполь­зуемые для производства пряжи и некоторых текстильных изделий (хлопок, шерсть, лен и др.).  
  
Текстильные нити - это волокна, длина которых составляет десятки и сотни метров, пригодные для производства текстиль­ных изделий (нити натурального шелка, искусственные и синтети­ческие нити).  
  
Волокна и нити являются основными структурными элементами текстильных изделий. От химического состава, геометрических, фи­зических, механических и химических свойств волокон и нитей зависят внешний вид, эксплуатационные свойства, качество и дол­говечность текстильных изделий.  
Конспект