

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ: «Товароведение»

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ: «Экспертиза и маркетинг потребительских товаров»

ВЫПУСКНАЯ РАБОТА

ТЕМА: Значение системы штрихового кодирования товаров в товарной экспертизе

РУКОВОДИТЕЛЬ РАБОТЫ: преп.к.э.н.Мамедова Н.О.

СТУДЕНТ: Алиева Кенуль Эльхан кызы

СЕКТОР: русский

ГРУППА: 311

«Утверждаю»

Заведующий кафедрой: _____ проф.А.П.ГАСАНОВ

«___» _____

БАКУ – 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
---------------	---

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ГЛАВА I. Понятие штрихового кодирования.....	8
ГЛАВА II. Системы штрихового кодирования.....	11
2.1. Система классификации: понятия, правила, методы.....	20
2.2. Система кодирования товаров.....	27
ГЛАВА III. Значение и виды маркировки, классификации товаров при проведении товарной экспертизы	
3.1. Виды маркировки товаров.....	38
3.2. Классификаторы. Виды классификаторов.....	55

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЧАСТЬ

ГЛАВА IV . Кодирование ювелирных изделий пробированием и клеймением.....	57
ГЛАВА V. Кодирование бытовой электротехнической продукции по классам – уровням А, В, С, Д, Е, F, G.....	59
ГЛАВА VI. Манипуляционные и предупредительные знаки и условные обозначения.....	61
Выводы и предложения.....	64
Литература.....	69

ВВЕДЕНИЕ

Сегодняшнее развитие экономики независимого Азербайджана, автором которой был Общенациональный лидер Гейдар Алиев, с большим успехом реализует президент Ильхам Алиев. В результате государственной поддержки, создания атмосферы свободной конкуренции, и внедрения на хозяйствующих субъектах современного опыта многократно возрос производственный потенциал страны.

Насыщение рынка товарами, расширение и углубление ассортимента создают потребителю зачастую трудности и разобраться в этом товарном многообразии, сделать компетентный выбор достаточной и достоверной информации о каждом наименовании выпускаемых в продажу товаров бывает сложно. Причем необходима информация не только о новых, но и об известных товарах.

Товарная информация — сведения о товаре, предназначенные для пользователей — субъектов коммерческой деятельности.

Информация о товаре, кроме основной функции — информировать потребителя о потребительской стоимости товаров, выполняет и такие важные функции, как экономическая и нравственно-воспитательная.

Экономическая функция информации о товаре заключается в формировании его потенциального потребителя; без потребителя нет спроса. Наличие соответствующей информации облегчает покупателю выбор товара и тем самым оказывает воздействие на формирование потребительского спроса, выступает посредником между производством и потребителем, способствует освоению и расширению товарного рынка, идентификации товарного обращения, ускорению научно-технического прогресса в сфере товарного производства. Очевидно, что чем выше уровень информационной службы о товаре, тем выше экономическая эффективность товарного обращения, всего общественного производства.

Нравственно-воспитательная функция информации о товаре проявляется в том, что она способствует формированию более высокого культурного, эстетического и нравственного уровня потребления.

Первичными источниками товарной информации и одновременно исполнителями услуг по информированию продавцов и/или потребителей о продаваемых товарах являются производители. От того, насколько качественны эти информационные услуги, зависят скорость продвижения товаров по каналам распределения, интенсивность сбыта, стимулирование продаж, создание потребительских предпочтений и, в конечном счете, жизненный цикл товара. В то же время изготовитель не является единственным источником информации. Производственную информацию может дополнять продавец.

От продавца в конечном счете зависит (правда, в пределах установленных норм), какие конкретные функции должна выполнять этикетка: идентифицировать товар или марку, указывать сорт товара, описывать товар, пропагандировать его за счет привлекательного графического исполнения и т. д.

В зависимости от назначения товарную информацию подразделяют на три вида: основополагающую; коммерческую; потребительскую.

Основополагающая товарная информация — основные сведения о товаре, имеющие решающее значение для идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений. К основополагающей информации относятся вид и наименование товара, его сорт, масса нетто.

Коммерческая информация — сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков и продавцов, но малодоступные потребителю. Эта информация содержит данные о предприятиях-посредниках, нормативных документах о качестве товаров, ассортиментных номерах продукции по ОКП, ТН ВЭД и т.д. Типичным примером коммерческой информации является, штриховое кодирование.

Потребительская товарная информация — сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, показывающие выгоды вследствие применения конкретного товара и нацеленные, в конечном счете, на потребителей. Эта информация содержит сведения о наиболее привлекательных потребительских свойствах товаров: составе, функциональном назначении, способах использования и эксплуатации, безопасности, надежности и т.д. Красочные изображения на товаре и/или упаковке также предназначены для усиления эмоционального восприятия их потребителями. Для доведения сведений до субъектов рыночных отношений применяют многообразные формы товарной информации: словесную, цифровую, изобразительную, символическую, штриховую.

Словесная информация наиболее доступна для грамотного населения, если она представлена на соответствующем языке.

К недостаткам словесной информации относятся ее громоздкость: для размещения ее требуется значительная площадь на упаковке и/или товаре. Для ее восприятия необходимо время, причем при чрезмерной насыщенности словесной информации потребитель не может или не хочет тратить много времени на ее осмысление.

Цифровая информация применяется чаще всего для дополнения словесной и в тех случаях, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре (например, порядковые номера продукции, предприятия, объем, длина, даты и сроки). Цифровую информацию отличают четкость и единообразие, однако в ряде случаев она доступна лишь профессионалам и непонятна потребителям (например, ассортиментные номера продукции, порядковые номера предприятий требуют расшифровки с помощью ОКП и ОКНО).

Изобразительная информация обеспечивает эмоциональное зрительное восприятие сведений о товарах с помощью художественных и графических изображений непосредственно товара, фотографий, открыток либо новых

изображений. Основным назначением этой формы информации является создание потребительских предпочтений за счет удовлетворения потребностей покупателей.

К достоинствам изобразительной информации относятся: наглядность, лаконичность, доступность восприятия, эстетичность и эмоциональность. Вместе с тем возможности формы по представлению разносторонних сведений очень ограничены, поэтому она не заменяет, а лишь дополняет словесную или цифровую информацию.

Символическая информация — сведения о товаре, передаваемые с помощью информационных знаков. Символ — характеристика отличительных свойств товара для краткого отражения их сущности. Для этой формы информации характерны лаконичность, однозначность, однако их восприятие требует определенной и профессиональной подготовки для расшифровки или оповещения потребителя через средства массовой информации, консультации.

Штриховая информация — сведения о товаре, передаваемые с помощью штриховых кодов — знаков, предназначенных для автоматизированных идентификации и учета информации о товаре, закодированной в виде цифр и штрихов.

К товарной информации предъявляют следующие основные требования: доступность, достоверность, достаточность. Эти требования можно обозначить как "Три Д".

Первое "Д" — достоверность — предполагает правдивость и объективность сведений о товаре, отсутствие дезинформации и субъективизма в их представлении, вводящих пользователей информации в заблуждение.

Наиболее часто недостоверна информация о фальсифицированных товарах, так как ассортиментная и качественная фальсификации обязательно сопровождаются информационной.

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

Второе "Д" — доступность — связано с принципом информационной открытости сведений о товаре для всех пользователей.

В свою очередь, общее требование доступности информации можно подразделить на ряд частных.

Языковая доступность означает, что информация должна быть на государственном языке или языке преобладающей части потребителей, для которых этот товар предназначен.

Востребованность — требование, закрепляющее право потребителя на необходимую информацию и обязанность изготовителя или продавца ее предоставлять по первому требованию.

Понятность — требование, предполагающее использование общепринятых понятий, терминов, определения которых приводятся в терминологических стандартных словарях и справочниках, или эти термины и понятия относятся к общепринятым, поэтому не требуют пояснений.

Третье "Д" — достаточность информации — может трактоваться как рациональная информационная насыщенность, что исключает предоставления как неполной, так и излишней информации.

Неполная информация — это отсутствие определенных сведений о товаре. Зачастую неполнота информации обуславливает ее недостоверность. Например, на российском потребительском рынке очень часто встречаются товары, произведенные совместными предприятиями в России или странах ближнего зарубежья, без указания страны происхождения или наименования изготовителя. Эта неполная информация одновременно является и недостоверной, а товары, выдаваемые за изделия из стран дальнего зарубежья, фальсифицированными.

Излишняя информация — это предоставление сведений, дублирующих основную информацию без особой необходимости или не представляющих интерес для ее пользователей. Убыток информации также вреден, так как в современных условиях информационных перегрузок бесполезные сведения о товаре могут вызвать раздражение потребителя и побудить к отказу от покупки.

Глава I. Понятие штрихового кодирования.

Штриховое кодирование — важное направление обеспечения конкурентоспособности товара. Под **штриховым кодированием** следует понимать технологию автоматической идентификации и сбора данных, основанную на предоставлении информации по определенным правилам в виде напечатанных формализованных комбинаций элементов установленной формы, размера, цвета, отражающей способности и ориентации для последующего оптического считывания и преобразования в форму, необходимую для ее автоматического ввода в вычислительную машину.

Таким образом, использование штрихового кодирования дает возможность автоматизации процесса ввода и обработки информации о продукции (товаре) в ЭВМ для последующего быстрого решения задач, связанных с фиксацией факта поступления, получения, отгрузки, продажи, передачи на последующие этапы продукции (товара).

Штриховое кодирование влияет на конкурентоспособность товара в следующих направлениях:

1) наличие штрихового кода у товара может рассматриваться как нормативное условие конкурентоспособности товара; так, с 1 января 1995 г. наличие штрихового кода рассматривается как обязательное условие поставки товаров на рынки стран ЕС;

2) наличие штриховых кодов на упаковках дает возможность организовать эффективный контроль за прохождением товаров, начиная с упаковочной линии у изготовителей и заканчивая складом магазина; это оказывает большое влияние на сокращение логистических издержек;

3) с помощью штриховых кодов контролируется качество продукции; в процессе выходного контроля качества на предприятии код считывается и подтверждается прием продукции или отказ от нее; соответственно бракованные изделия направляются на переработку, а изделия соответствующего качества — на реализацию;

4) штриховые коды обеспечивают точный учет складированных и отгружаемых товаров; штриховые коды наносятся не только на упаковку товаров, но и на контейнеры, их содержащие, что облегчает складирование; при поступлении заказов от покупателей производится считывание кодов, их сопоставление с заказами и оформление накладных;

5) применение штриховых кодов позволяет повысить скорость и культуру обслуживания покупателей;

6) использование штрихового кодирования способствует организации эффективного проведения маркетинговых исследований товаров, так как позволяет вести автоматизированный учет их производства и продажи.

Начальное упоминание о штриховом кодировании относится к 1930-м гг., когда в Гарвардской школе бизнеса была защищена диссертация по этой проблематике, а после Второй мировой войны получен патент на штриховые коды. На практике штриховое кодирование впервые было применено в 1960 г. в США на железнодорожном транспорте для идентификации железнодорожных вагонов. С 1970-х гг. с развитием микропроцессорной техники штриховое кодирование начинает широко использоваться во всем мире. В настоящее время штриховой код наносится на 95-99% продукции, производимой за рубежом.

Система штрихового кодирования включает в себя три компонента;

- 1) собственно штриховой код;
- 2) устройство считывания (декодирования) штриховых кодов;
- 3) вычислительное устройство (компьютер).

Штриховой код — это последовательность расположенных по правилам определенной символики темных (штрихов) и светлых (пробелов) прямоугольных элементов различной ширины, которая обеспечивает представление символов данных в машиночитаемом виде. Данными могут быть как буквы и цифры, так и специальные графические и управляющие символы, используемые в программных и технических средствах обработки и передачи информации.



Рис.1. Организационная структура Международной ассоциации товарной нумерации (EAN)

Выполнение указанных операций возможно на основе стандартных правил, норм и требований, обеспечивающих их полную совместимость. Мировая практика развития стандартизации в области автоматической идентификации и штрихового кодирования показывает, что стандарты (рекомендации), как правило, разрабатываются Международной ассоциацией производителей технологий автоматической идентификации (AIM), Международной ассоциацией товарной нумерации продукции (EAN/UPC) (рис.1), отраслевыми ассоциациями производителей и потребителей продукции (услуг), на основе этих стандартов разрабатываются международные, региональные и национальные стандарты, регламентирующие штриховое кодирование.

Глава II. Системы штрихового кодирования

В мире существуют различные системы штрихового кодирования. Наибольшее распространение получила Европейская система кодирования (EAN) и Универсальный товарный код США (UPC).

Код UPC — универсальный товарный код, утвержден в США в качестве промышленного стандарта в 1973 г. Первоначально это был 12-разрядный код (11 из них информационные, 1 — контрольный). Он предназначался прежде всего для маркировки товаров, продаваемых в продовольственных магазинах самообслуживания, затем его применение было распространено на товары, продаваемые в других магазинах. Впоследствии были стандартизированы версии кода UPC иной разрядности: в 1976 г. утверждено дополнение к основной 12-разрядной версии кода (версии А) для маркировки периодических изданий книг, в 1978 г. была утверждена версия В для потенциальной маркировки непродовольственных товаров, требующих машиночитаемого кодирования данных большего числа разрядов.

Растущий интерес к коду UPC за пределами США и Канады привел к утверждению в Европе в 1976 г. в качестве стандарта для маркировки товаров широкого потребления штрихового кода EAN, разработанного Международной ассоциацией EAN (European Article Number), находящейся в Брюсселе. Код EAN представляет собой 13-или 8-разрядный цифровой код, представляющий сочетание штрихов и пробелов разной ширины. При этом самый узкий штрих или пробел принимается за единицу толщины (модуль). Другие штрихи и пробелы составляют два и три модуля, т. е. две или три толщины самого узкого штриха или пробела. Каждая цифра (разряд) кода EAN представляет собой сочетание двух штрихов и двух пробелов.

На рис. 2. представлена структура кода EAN-13. Цифровой 13-разрядный код товара включает код страны, предприятие, которое произвело товар, код предприятия — изготовителя товара, код самого товара и контрольное число.



Рис. 2. Штриховой код EAN-13

Код (диапазон кодов) страны выдается каждой стране (банку данных о товарах) Международной ассоциацией EAN централизованно и закрепляется за ней. В табл. 17.2 представлены коды и диапазоны кодов некоторых стран. Как видно из таблицы, диапазон кодов имеют, например, США и Канада (00-09), Франция (30-37), Германия (40-44) и др.

Некоторым странам предоставлена возможность детализировать двухразрядный код страны по третьему разряду (например, код России — 46, может быть детализирован в третьем разряде в диапазоне 460-469). Ряду стран выделены трехразрядные коды: Греции — 520, Кипру — 529, Португалии - 560 и др.

Следующие пять цифр штрихового кода обозначают код изготовителя товара, который присваивает централизованно национальный орган страны, занимающийся вопросами штрихового кодирования, конкретному предприятию-изготовителю.

Последующие пять цифр кода представляют код товара, который присваивает ему предприятие-изготовитель. Последняя (13-я) цифра является контрольным числом и используется для проверки правильности считывания штрихового кода сканером по алгоритму EAN.

В начале и конце штрихового кода имеются удлиненные краевые штрихи, которые указывают на границы считывания кода сканером; центральные удлиненные штрихи, в свою очередь, введены для облегчения визуальной проверки полноты записи кода.

Таблица 1. Штриховые коды EAN

Страна	Штриховой код	Страна	Штриховой код
США, Канада	00.01.03.04.06	Россия	46(0)-6(9)
Франция	30-37	Норвегия	70
ФРГ	403	Израиль	72(9)
Япония	49	Швеция	73
Великобритания	50	Швейцария	76
Греция	52(0)	Италия	80-83
Кипр	52(9)	Испания	84
Бельгия,	54	Чехословакия	85(9)
Люксембург			
Португалия	56(0)	Югославия	86(0)
Исландия	56(9)	Турция	86(9)
Дания	57	Нидерланды	87
ЮАР	60(0)-60(1)	Австрия	90-91
Финляндия	64	Австралия	93

Код EAN-8 — укороченная модификация кода EAN-13, предназначенная для товаров, имеющих небольшие размеры, где площадь печати ограничена. Как правило, код EAN-8 включает код страны, код изготовителя, контрольное число. В некоторых странах в него входят код страны, код товара и контрольное число (например, в Финляндии). Существуют определенные правила размещения штриховых кодов на упаковке товара:

- ◆ на каждой упаковке ставится один код EAN;
- ◆ обычно код размещают на задней стороне упаковки в правом нижнем углу на расстоянии не менее 20 мм от краев;
- ◆ на изогнутых поверхностях коды могут располагаться вертикально;

- ◆ код на упаковке печатают черным, синим, темно-зеленым или темно-коричневым цветом; красный, светло-коричневый и желтый цвета не применяют, так как оптическое считывающее устройство их не различает;

- ◆ штриховой код печатается на светлом фоне без рисунков, текста и перфораций.

Первоначально задуманный как европейская международная альтернатива внедренному в 1970-х гг. в сфере производства и торговли США и Канады штриховому коду UPS, штриховой код EAN постепенно вышел за пределы Европы и распространяется практически по всему миру. В настоящее время этот код — наиболее широко применяемый для машиночитаемой маркировки. Членами Международной ассоциации кодирования товаров EAN являются 80 стран Европы, Азии, Африки и Латинской Америки, а также Австралия и Новая Зеландия. В Европе к ведущим странам в области практического применения штрихового кода EAN (по количеству маркируемых продовольственных товаров) относятся: Великобритания, Франция, Германия, Италия, Швейцария, Испания, Бельгия, Люксембург, Нидерланды, Австрия, Норвегия, Дания, Швеция, Финляндия. Наша страна является членом EAN, что позволяет выдавать местным предприятиям коды (регистрационные номера), ведет соответствующий банк данных, разрабатывает и внедряет методики по использованию кодов EAN.

А также принята и поддерживается государственная программа, предусматривающая внедрение системы штрихового кодирования в торговле, банковском деле, на транспорте, в медицине, в сельском хозяйстве и других сферах экономики. В соответствии с программой осуществляются:

- ◆ разработка и производство технических средств для написания и считывания штриховых кодов;

- ◆ разработка нормативных документов по системе штрихового кодирования с учетом международных требований.

Реализация технологии штрихового кодирования осуществляется с применением большого числа различных устройств, которые можно разделить на четыре группы:

- 1) устройства для нанесения штриховых кодов;
- 2) устройства для считывания штриховых кодов;
- 3) устройства для сбора и накопления данных;
- 4) устройства для передачи данных.

Необходимо отметить, что деление на указанные группы достаточно условно, так как многие устройства обеспечивают выполнение нескольких операций (например, электронные торговые весы могут обеспечивать взвешивание товара, печатание этикетки с нанесением на нее штрихового кода, ввод информации с клавиатуры, накопление данных и передачу их по сети).

Ответственность за правильность использования штриховых кодов лежит на производителе товара. При использовании штриховых кодов производитель обязан своевременно информировать своих торговых партнеров о номере производимого товара и о последующих изменениях в нем. Предварительное извещение составляется в письменной форме и направляется торговому партнеру, который должен его получить не позднее трех недель до поставки самого товара. В предварительном извещении содержатся не только регистрационный номер товара, но и полные сведения о нем, включающие полное название товара и его цену, конкретные потребительские характеристики товара. Кроме того, может быть дополнительно указано полное название предприятия-изготовителя, его почтовый адрес, средства связи, номер счета и др. Вся эта информация предназначена для занесения торгующей организацией в ЭВМ и формирования банка данных о продаваемых товарах.

Штриховое кодирование товаров отвечает современным нормам торговли и внешне торгового обмена. Основным объектом штрихового кодирования является товар, который характеризуется определенными

ценой, размером, массой, цветом, качеством. Штриховой код наносится на транспортную или потребительскую упаковку многих импортных и отечественных товаров типографским способом или путем приклеивания этикетки или ярлыка. Согласно требованиям проведения внешнеторговых сделок наличие штрихового кода на упаковке товара является обязательным условием его экспорта. Отсутствие штрихового кодирования отрицательно влияет на конкурентоспособность товаров. Значимость штрихового кодирования объясняется тем, что оно имеет ряд функций:

- автоматизированная идентификация товаров с помощью машиночитывающих устройств;
- автоматизированные учет и контроль товарных запасов;
- оперативное управление процессом товародвижения, отгрузкой, транспортировкой, складированием товаров;
- информационное обеспечение маркетинговых исследований.

Внедрение штрихового кодирования связано с развитием информационной технологии, широким внедрением ЭВМ в производство и торговлю. В результате этого появилась возможность упростить документальное оформление товаров на разных этапах.

Штриховой код состоит из чередующихся темных (штрихов) и светлых (пробелов) полос разной ширины. Размеры полос стандартизированы. Штриховые коды предназначены для считывания специальными оптическими устройствами - сканерами. Сканеры декорируют штрихи в цифры через микропроцессоры и вводят информацию о товаре в компьютер.

Страны, которым можно детализировать код страны на третьем разряде (страны СНГ 460-469). В указанном случае изготовитель может использовать только четыре разряда.

Как видно из данных таблицы, первые две цифры обозначают код страны, где находится организация, зарегистрировавшая изготовителя, его товар и присвоившая им порядковый номер.

Код страны на штриховом коде может не совпадать со страной происхождения товара, так как изготовитель или продавец имеют право зарегистрироваться не в отечественном банке данных, а за рубежом. Каждой стране ассоциация ЕАМ выдает коды централизованно. Чаще всего коды бывают двузначные: например, США и Канада - 00-99; Япония - 45-49; Австралия - 90-91 и другие, но иногда могут быть трехзначными (СНГ - 460-469; Турция, Польша - 590) за счет уменьшения кода изготовителя на один знак. Коды стран, в которых находится банк данных о штриховых кодах приведены в табл. 1.

Таблица 1

Коды стран местонахождения банка данных о штриховых кодах.

Страна	Код	Страна	Код
США и Канада	00-90	Норвегия	70
Франция	30-37	Израиль	729
Болгария	380	Швеция	73
Германия	400-440	Мексика	750
СНГ	460-469	Венесуэла	759
Гонконг	486	Швейцария	76
Япония	45-49	Аргентина	776
Великобритания	50	Чили	780
Греция	520	Бразилия	789
Кипр	529	Италия	80-83
Ирландия	539	Испания	84
Бельгия	54	Куба	850
Португалия	560	Чехословакия	859
Исландия	569	Югославия	860
Дания	57	Турция	869
Польша	590	Нидерланды	87
Венгрия	599	Южная Корея	880

Финляндия	64	Сингапур	889
Китай	690	Австрия	90-91
Новая Зеландия	94	Австралия	93

Код изготовителю, т.е. следующие 3-5 цифр присваивает централизованно-национальный орган страны.

Широкое распространение штрихового кодирования привело к кодированию всех товаров, независимо от их качества и престижности фирм - изготовителей. Кроме того, сами штриховые коды стали объектом фальсификации.

Признаки позволяющие отличить подлинные штриховые коды от фальсифицированных:

- размеры штрихового кода;
- цветное исполнение отдельных элементов штрихового кода: цвет штрихов должен быть черным, синим, темно-зеленым или темно-коричневым; цвет пробелов совпадающий по цвету с фоном, белый допускается желтый, оранжевый, светло-коричневый; не допускается применение любых оттенков красного и желтого цвета для штрихов, так как они не считываются сканером;
- место нанесения штрихового кода: на заднюю стенку упаковки в правом нижнем углу на расстоянии не менее 20 мм. от краев; допускается нанесение на боковую стенку упаковки;
- штриховой код не должен размещаться на месте, где уже есть другие элементы маркировки;
- нанесение на упаковку только одного штрихового кода ЕАМ или УРС; нанесение двух кодов допускается в случае, если товаропроизводитель произвел регистрацию в двух ассоциациях и в этом случае коды наносятся в противоположных концах упаковки.

Таким образом, штриховые коды выступают не только как средства автоматизированной идентификации, учета и интенсификации товародвижения, а также носителями коммерческой информации.

Товары маркированные штриховыми кодами ЕАМ в одной стране, могут быть однозначно идентифицированы и сканированы на соответствующем оборудовании во всех странах мира.

2.1. Система классификации: понятия, методы, правила.

Ассортимент товаров, выпускаемых промышленностью и поступающих в торговлю, насчитывает десятки тысяч самых разнообразных видов и разновидностей. С каждым годом количество их возрастает: под влиянием моды расширяется и обновляется ассортимент текстильных и одежно-обувных товаров; с развитием науки и техники появляются новые, более совершенные сложно-технические товары; новые виды сырья и материалов создаются химической промышленностью.

Систематизировать всё многообразие товаров помогает научная классификация, которая постоянно совершенствуется. Классификация имеет важное значение в управлении качеством и ассортиментом товаров, так как способствует систематизированному изучению товаров, рациональной организации торговли, эффективному проведению работ по контролю качества, изучению и формированию структуры ассортимента. Кроме этого, распределение товаров на однородные группы позволяет:

- выявить групповые характеристики качества товаров, установить необходимую номенклатуру качества для каждой группы товаров, сформулировать общие требования к ним, разработать общие методы их испытания, рационально организовать приёмку и контроль их качества;
- организовать рациональный учёт товара по группам;
- организовать рациональное хранение товаров, исходя из их общих свойств:

Классификация происходит от слова «классифицировать», то есть разделение множества объектов на подмножества по сходству или различию в соответствии с принятыми методами.

В результате деления множества на подмножества создаются классификационные группировки, которые могут иметь общие и различные признаки, могут быть как взаимозависимыми, так и независимыми.

Совокупность приёмов разделения множества объектов, подход к их разделению на подмножества, называют методом классификации.

Различают два метода классификации: иерархический и фасетный.

Иерархический метод классификации предусматривает последовательное деление заданного множества объектов (товаров) на подчинённые классификационные подмножества (группировки). Иерархический метод классификации имеет несколько ступеней классификации, число которых равно количеству использованных признаков общности объектов.

Степень классификации - это этап разделения множества на составляющие его части по одному из признаков.

Количество ступеней классификации, то есть количество использованных признаков, определяют глубину классификации.

Разделение множества объектов на подмножества только по одному признаку называется группировкой, которая применяется для выделения ассортиментных групп.

Фасетный метод классификации предусматривает параллельное разделение множества объектов по одному признаку на отдельные, независимые друг от друга подразделения (группировки) - фасеты. Отдельные фасеты не зависят и не подчиняются друг другу, как в иерархической системе, но они связаны тем, что относятся к одному и тому же множеству, и каждый характеризует одну из сторон распределяемого множества. Таким образом, фасетный метод классификации позволяет получить систему отдельных (не подчинённых друг другу) группировок. Фасетный метод классификации отличается большой гибкостью и удобством использования, позволяет в каждом отдельном случае ограничивать подразделение множества товаров несколькими фасетами, представляющими интерес в данном случае.

Каждый метод классификации наряду с достоинствами имеет недостатки. Так, к недостаткам иерархического метода можно отнести его

чрезмерную громоздкость, высокие затраты, иногда не обоснованные, трудность применения. Недостатком фасетного метода является невозможность выделения общности и различия между объектами в разных классификационных группировках.

Существуют правила классификации, которые предназначены для выбора разновидностей метода и признаков, по которым осуществляется деление множества на подмножества. Так правила иерархического метода классификации следующие:

- деление множества следует начинать с наиболее общих признаков;
- на каждой ступени классификации можно использовать только один признак, который имеет принципиальное значение для этого этапа;
- разделение объектов должно осуществляться последовательно: от большего к меньшему, от общего к частному;

Правила классификации, разработанные в иерархическом методе, справедливы и для фасетного метода. Рассмотренные иерархический и фасетный методы классификации могут применяться как независимо друг от друга, так и совместно.

В зависимости от цели, которую преследуют при классификации, они подразделяются на следующие классификации:

- учебные;
- отраслевые;
- экономико-статистические;

Классификации продукции. Виды классификации разрабатываются для решения задач планирования и учета выпускаемой продукции, облегчения управления народным хозяйством на различных уровнях управления.

2. Кодирование товаров.

Кодирование - это упорядоченное образование условного обозначения (кода) и присвоение его объектам классификации, а так же классификационным группировкам.

Код - это знак или совокупность знаков, используемых для обозначения объекта классификации и классификационной группировки.

Цель кодирования - систематизация объектов путем их идентификации и присвоения условного обозначения

(кода) по которому можно найти и распознать любой объект среди множества других.

Значимость кодирования возросла в последние десятилетия в связи с внедрением ЭВМ. Кодирование

облегчает обработку технико-экономической информации с помощью ЭВМ.

Код должен иметь определенную структуру построения.

Структура кода состоит из следующих элементов;

- алфавит кода - это система знаков, принятых для образования кода; наиболее часто используется цифровой, буквенный, буквенно-цифровой и штриховой алфавиты кода;

- основание кода - это число знаков в алфавите кода;

- разряд кода - это позиция знака в коде;

- длина кода - характеризуется числом знаков в коде без учета пробелов.

При кодировании продукции предпочитают код десятиразрядный цифровой. Применяемый в ОПК код удобен для машинной обработки информации.

Для образования кода применяют регистрационную и классификационную системы. Регистрационной кодирование осуществляется порядковым номером с последовательной порядковой регистрацией объектов классификации. Кодовое обозначение в этом случае представляет собой числа натурального ряда.

Классификационная система кодирования применяется с учетом особенностей классификации объектов. По этой системе кодирования каждый знак кода обозначает классификационную группировку. При этом используются последовательный и параллельный методы кодирования

соответственно методам классификации объектов. Последовательный метод кодирования применяют для объектов, разделенных по иерархическому методу. При этом в кодовом обозначении последовательно указываются признаки классификации. Кодовое обозначение нижестоящей группировки образуется добавлением соответствующего количества разрядов (знаков) к кодовому обозначению вышестоящей группировки. По этому признаку образуются коды ОКП.

Ниже приводится пример образования кода последовательным методом кодирования по классификационной

части ОКП (К-ОКП)

35 - продукция кабельная

35 8 - кабели, провода, шнуры межотраслевого и отраслевого назначения.

35 82 - провода монтажные

35 82 1 - с медной жилой

35 82 12 - с поливинилхлоридной изоляцией

Параллельный метод кодирования применяется при использовании фасетного метода классификации объектов. Примером может служить деление продукции на подвиды в ассортиментной части ОКП (А-ОКП).

В Номенклатуре Гармонизированной Системы Описания и Кодирования товаров объектом классификации являются все товары, обращающиеся в международной торговле, которые сгруппированы в шесть подразделений: разделы, группы, подгруппы, товарные позиции, подпозиции и субпозиции. Наиболее крупным подразделением являются разделы: их насчитывается 21.

Принятая в НГС классификация товаров, обращающихся в международной торговле, по 21 разделу сохраняется в мировой практике на протяжении длительного времени. БТН и даже ее предшественница, на базе которой она была разработана, - Таможенная номенклатура Лиги Наций, состояли также из разделов, которые даже по наименованиям мало отличались от ГС.

В основе построения НГС заложена совокупность различных признаков товаров. Так, при формировании разделов используются следующие признаки товаров: по происхождению материала, из которого изготовлен товар, по назначению, по химическому составу. При образовании групп заложен принцип последовательности обработки товаров: от сырья, полуфабрикатов до готовых изделий, что создает благоприятные условия для применения ГС в таможенных тарифах. При построении товарных позиций и субпозиций в каждой группе применяется своя последовательность признаков. Но из всей совокупности можно выделить четыре основных - степень обработки, назначение, вид материала, из которого изготовлен товар, и значение товара в мировой торговле.

В НГС строго соблюдается принцип однозначного отнесения товаров к классификационным группировкам, что позволяет отнести каждый товар только к одной классификационной группировке, благодаря "Основным правилам классифицирования товаров" и примечаниям к разделам, группам и иногда к товарным субпозициям.

Шесть основных правил содержат основополагающие принципы построения классификационной системы и предусматривают последовательное включение конкретного товара в определенную товарную позицию, а затем в соответствующую субпозицию. Примечания, разработанные почти ко всем разделам и группам, а в некоторых случаях и к субпозициям, образуют неотъемлемую часть ГС и имеют юридическую силу.

Назначение примечаний - определить точные объемы и пределы каждой классификационной группировки. В зависимости от обстоятельств это достигается:

либо определениями, устанавливающими границы группировок; либо списком товаров, исключаемых из раздела, группы, товарной позиции или субпозиции;

либо неполным списком типичных примеров, включаемых в ту или иную классификационную группировку;

либо, наконец, границы и объем каждой классификационной группировки могут определяться сочетанием двух или всех трех вышеперечисленных методов.

Для обеспечения единообразного понимания классификации и ускорения поиска нужных товаров разработаны подробные вспомогательные публикации:

1. "Пояснения к Гармонизированной системе

2.2. Система кодирования товаров.

Кодирование товаров - технический прием, позволяющий представить классифицируемый объект в виде знака или группы знаков по правилам, установленным данной системой классификации. Кодовая система классификатора создается для того, чтобы дать информацию в удобной для ее сбора, передачи и обработки форме, приспособить закодированную информацию к обработке на ЭВМ.

При разработке классификатора при одной и той же классификационной системе могут применяться различные кодовые системы.

В НГС принято цифровое обозначение, причем для разделов и подгрупп используются римские цифры, а для товарных групп, позиций и субпозиций - арабские. Коды разделов и подгрупп не взаимосвязаны друг с другом, так же как и с ходами групп, товарных позиций и субпозиций. Для товарных подпозиций не предусмотрен цифровой код, они обозначены "-", который проставляется перед их наименованием в НГС.

Структура шестизначного кодового обозначения построена по десятичной системе и включает код группы, товарной позиции субпозиции .

Для установления единой разрядности цифрового кода принято дополнять "0" коды классификационных группировок, которые в дальнейшем не детализируются. Ноль в конце шестизначного кода используется для тех субпозиций, которые полностью совпадают по содержанию и наименованию с соответствующими товарными позициями или под позициями.

Если товарная позиция не детализируется, то в коде соответствующей субпозиции "0" проставляется на пятом и шестом разряде. Один "0" в конце шестизначного кода означает, что товарная под позиция не детализируется.

Таким образом, 5019 товарных субпозиций состоят из:

311 субпозиций, имеющих четырехзначный код с добавленным в конце двух "0";

2450 субпозиций, имеющих перед наименованием один дефис "-", это означает, что данная субпозиция детализирована до пятого уровня классификации, а шестая цифра заменена на "0", что указывает на возможность детализации на уровне шестого знака от 1 до 9;

2258 субпозиций, перед которыми проставлены два дефиса "—", это показывает, что данная субпозиция детализирована полностью в пределах шестизначного кода.

Разделение всего классифицируемого множества товаров в НГС производится до отдельного вида товара (чай, ацетон, контактные линзы) или же до групп товаров (медные руды и концентраты, машины и механизмы для обработки мяса, инструменты и приборы для фотограмметрии). Товарные разновидности и ассортиментные виды размещены параллельно с группами товаров. При этом используется следующий метод дифференцирования: из группы товаров выделяются один или несколько видов продукции, наиболее широко представленных в мировой торговле, а для остальных видов пред назначается обобщенная классификационная группировка - "прочие".

"Прочие" группировки в НГС расположены на всех уровнях детализации, но основное количество - на последнем уровне. Подсчитано, что на них приходится более 1/4 всех товарных субпозиций. В НГС принято выделять субпозиции "прочие" на уровне 5-го и 6-го знака шестизначного кода цифрами 8 и 9. При необходимости последние можно детализировать, не нарушая системы.

Система кодирования НГС допускает более глубокую детализацию номенклатуры товаров, что широко используется в мировой практике при разработке таможенных и статистических классификаторов для отдельных стран или их союзов. Анализ национальных таможенных и статистических товарных систем, разработанных на базе НГС, показывает, что НГС детализируется до 7-14 знаков (например, страны ЕС - до 14 знаков, США - до 11, Япония - до 9).

Для современных товарных классификаторов в период, когда сравнительно быстро происходит обновление продукции, важное значение имеет резерв для включения новых изделий. В системе кодирования НГС предусматривается возможность последующего расширения номенклатуры товаров без нарушения системы классификации.

Особенно значителен такой резерв на уровне разделов (практически неограниченный, ибо их римский цифровой код автономен), а на уровне товарных позиций и субпозиций он превышает 80%. Что касается групп, то в НГС имеются три резервные группы - 77, 98 и 99, которые могут быть использованы не только для расширения номенклатуры товаров при пересмотре системы в СТС, но и в национальной практике отдельных стран для выделения специфических товаров, например услуг материального характера.

В Конвенции о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров предусматривается (статья 3), что страны, применяющие ее, не будут изменять классификацию товаров и их код в пределах первых шести знаков. В результате следования этому обязательству применение ГС дает следующие выгоды:

более точное описание товаров с использованием такого рода объективных характеристик, которые могут легко учитываться и фиксироваться при таможенном контроле;

меньшую вероятность ошибок классификации и кодирования товаров, поскольку экспортные и импортные документы будут носить унифицированный характер;

более точную и сопоставимую внешнеторговую статистику, позволяющую проследить движение товарных потоков через национальные границы;

усовершенствованную внешнеторговую статистику, что позволит эффективнее проводить деловые переговоры, а также изучать конъюнктуру и составлять прогнозы.

Межведомственная комиссия по введению в СССР Гармонизированной системы описания и кодирования товаров

Преамбула

Договаривающиеся Стороны настоящей Конвенции, разработанной под руководством Совета по таможенному сотрудничеству,

желая содействовать международной торговле,

желая упростить сбор, сопоставление и анализ статистических данных, в особенности относящихся к международной торговле,

желая уменьшить расходы, вызываемые повторным описанием, классификацией и кодированием товаров при их переходе из одной системы классификации в другую в процессе международной торговли, и способствовать стандартизации внешнеторговой документации и передаче статистических данных,

считая, что технологические сдвиги и изменения в структуре международной торговли обуславливают необходимость внесения существенных изменений в Конвенцию о Номенклатуре для классификации товаров в таможенных тарифах, заключенную в Брюсселе 15 декабря 1950 г.,

считая также, что степень детализации, отвечающая требованиям таможенных органов, а также требованиям, предъявляемым к статистике со стороны правительств и торговых кругов, вышла далеко за рамки того, что обеспечивается Номенклатурой, прилагаемой к указанной Конвенции,

признавая важность точных и сопоставимых данных для ведения международных торговых переговоров,

считая, что Гармонизированную систему целесообразно использовать для транспортных тарифов и для статистики грузоперевозок различными видами транспорта,

считая, что Гармонизированная система предназначена для возможно более широкого использования в других системах описания и кодирования товаров,

считая, что Гармонизированная система призвана способствовать установлению возможно более тесной взаимосвязи между статистикой внешней торговли и статистикой производства,

считая, что между Гармонизированной системой и Стандартной международной торговой классификацией (СМТК) Организации Объединенных Наций должна быть сохранена тесная взаимосвязь,

считая желательным удовлетворение указанных выше потребностей посредством применения единой таможенно-Статистической номенклатуры, пригодной для использования различными кругами, связанными с международной торговлей,

считая важным, чтобы в Гармонизированной системе учитывались технологические сдвиги или изменения в структуре международной торговли,

принимая во внимание работу, проделанную в этой области Комитетом по Гармонизированной системе, созданным Советом по таможенному сотрудничеству,

считая, что, поскольку указанная выше Конвенция о Номенклатуре оказалась эффективным инструментом для достижения некоторых из этих целей, то лучшим средством для достижения желаемых результатов является заключение новой международной конвенции, договорились о определениях.

Для целей настоящей Конвенции: а) под "Гармонизированной системой описания и кодирования товаров", именуемой ниже "Гармонизированная система", понимается Номенклатура, включающая в себя товарные позиции, субпозиции и относящиеся к ним цифровые коды, примечания к разделам, группам и субпозициям, а также основные правила классификации для толкования Гармонизированной системы, приведенные в приложении к настоящей Конвенции ; б) под "номенклатурой таможенных тарифов" понимается номенклатура, разработанная в соответствии с законодательством Договаривающейся Стороны для взимания таможенных пошлин при импорте товаров;

в) под "статистической номенклатурой" понимаются номенклатуры товаров, разработанные Договаривающейся Стороной для сбора статистических данных по экспорту и импорту товаров; г) под "единой таможенно-статистической номенклатурой" понимается номенклатура, объединяющая номенклатуру таможенных тарифов и статистическую номенклатуру, которую по законодательству Договаривающаяся Сторона требует использовать при декларации товаров при импорте ; д) под "Конвенцией о создании Совета" понимается Конвенция о создании Совета по таможенному сотрудничеству, заключенная в Брюсселе 15 декабря 1950 г.; е) под "Советом" понимается Совет по таможенному сотрудничеству, указанный в параграфе (д); ж) под "Генеральным Секретарем" понимается Генеральный Секретарь Совета; з) под "ратификацией" понимается собственно ратификация, принятие или одобрение.

Касательно приложения, хочется выделить, что Приложение к настоящей Конвенции является ее неотъемлемой частью, и любая ссылка на эту Конвенцию равно означает и ссылку на это приложение.

Обязательства Договаривающихся Сторон включают:

1. С учетом исключений, перечисленных в пункте о частичном применении ГС развивающимися странами : а) каждая Договаривающаяся Сторона Конвенции обязуется, за исключением случаев применения положений пункта (б) настоящего параграфа, что ее таможенно-статистические номенклатуры будут находиться в соответствии с Гармонизированной системой с момента вступления настоящей Конвенции в силу по отношению к этой стороне. Тем самым она обязуется по отношению к своей номенклатуре таможенных тарифов и статистической номенклатуре:

1) использовать все товарные позиции и субпозиции Гармонизированной системы, а также относящиеся к ним цифровые коды без каких-либо дополнений или изменений;

II) применять основные правила классификации для толкования Гармонизированной системы, а также все примечания к разделам, группам и субпозициям и не изменять объем разделов, групп, товарных позиций и субпозиций Гармонизированной системы;

III) соблюдать порядок кодирования, принятый в Гармонизированной системе;

IV) каждая Договаривающаяся Сторона Конвенции также опубликует свои статистические данные по импорту и экспорту товаров в соответствии с шестизначным кодом Гармонизированной системы или, по желанию этой стороны, в соответствии с более детальной классификацией, если подобные данные не являются коммерческой тайной и не наносят ущерба интересам государственной безопасности;

б) ничто в настоящей статье не обязывает Договаривающуюся Сторону использовать субпозиции Гармонизированной системы в своей номенклатуре таможенных тарифов при условии, что его единая таможенно-статистическая номенклатура соответствует требованиям, указанным в пунктах а) I/, а) II/ и а) III/.

2. В соответствии с требованиями параграфа I (а) настоящей статьи каждая Договаривающаяся Сторона может вносить в текст изменения, необходимые для того, чтобы Гармонизированная система была отражена в национальном законодательстве.

3. Ничто в настоящей статье не запрещает Договаривающейся Стороне создавать в своей номенклатуре таможенных тарифов или статистической номенклатуре подразделы для классификации товаров по большему числу знаков, чем в Гармонизированной системе, при условии, что эти подразделы будут добавлены и кодированы сверх шестизначного цифрового кода, приведенного в приложении к настоящей Конвенции. Частичное применение Гармонизированной системы развивающимися странами предполагает, что :

1. Любая Договаривающаяся Сторона, являющаяся развивающейся страной может отсрочить применение всех или части субпозиций Гармонизированной системы на такой период, который может потребоваться, учитывая структуру ее внешней торговли и хозяйственные возможности.

2. Любая Договаривающаяся Сторона, являющаяся развивающейся страной, которая частично применяет Гармонизированную систему в соответствии с настоящей статьей, соглашается принять все меры для применения шестизначной Гармонизированной системы в полном объеме в течение пяти лет, считая с даты, с которой настоящая Конвенция вступает в силу в отношении этой страны, или в любой другой срок, который она сочтет необходимым, принимая во внимание положения параграфа 1 настоящей статьи.

3. Любая Договаривающаяся Сторона, являющаяся развивающейся страной, которая частично применяет Гармонизированную систему в соответствии с положениями настоящей статьи, применяет либо все субпозиции с двумя дефисами, относящиеся к одной и той же субпозиции с одним дефисом, либо ни одну из них, а также либо все субпозиции с одним дефисом, относящиеся к одной и той же товарной позиции, либо ни одну из них. В таких случаях шестой знак или пятый и шестой знаки, соответствующие неиспользуемой части кода Гармонизированной системы, заменяются "0" или "00" соответственно.

4. Развивающаяся страна, которая частично применяет Гармонизированную систему в соответствии с положениями настоящей статьи, становясь Договаривающейся Стороной, уведомляет Генерального Секретаря о субпозициях, которые она не будет применять на дату, с которой настоящая Конвенция вступает в силу в отношении нее, и уведомляет его также о субпозициях, которые она будет применять впоследствии.

5. Развивающаяся страна, которая частично применяет Гармонизированную систему в соответствии с положениями настоящей статьи,

становясь Договаривающейся Стороной, может уведомить Генерального Секретаря, что она официально обязуется применять шестизначную Гармонизированную систему в полном объеме через три года, считая с даты, с которой настоящая Конвенция вступает в силу в отношении нее.

6. Любая Договаривающаяся Страна, являющаяся развивающейся страной, которая частично применяет Гармонизированную систему в соответствии с положениями настоящей статьи, освобождается от обязательств, вытекающих из статьи 3, в том, что касается субпозиций, которые она не применяет.

Техническое содействие развивающимся странам предлагает, что:

Договаривающаяся Страна, являющаяся развитой страной, оказывает развивающимся странам по их просьбе техническое содействие на взаимно согласованных условиях, в частности в области подготовки кадров, приведения их национальных номенклатур в соответствие с Гармонизированной системой, рекомендаций по ведению таких номенклатур, учитывая вносимые поправки и дополнения к Гармонизированной системе, а также по применению положений настоящей Конвенции.

Комитет по Гармонизированной системе:

1. В соответствии с настоящей Конвенцией учреждается Комитет, именуемый Комитетом по Гармонизированной системе и состоящий из представителей каждой Договаривающейся Стороны.

2. Комитет по Гармонизированной системе собирается по общему правилу не реже двух раз в год.

3. Заседания созываются Генеральным Секретарем и проводятся в штаб-квартире Совета, если участники Конвенции не договариваются о другом месте их проведения.

4. В Комитете по Гармонизированной системе каждая Договаривающаяся Страна имеет один голос; тем не менее для целей настоящей Конвенции и без ущерба для любой будущей конвенции Договаривающиеся

Стороны, в качестве которых могут выступать Таможенный или Экономический союз, а также одно или несколько государств-членов такого Союза, имеют совместно только один голос. Аналогично, когда все государства-члены Таможенного или Экономического союза, который имеет право стать Договаривающейся стороной, в соответствии с положениями статьи 2 становятся Договаривающимися Сторонами, они совместно имеют только один голос.

5. Комитет по Гармонизированной системе выбирает своего Председателя, а также одного или нескольких заместителей Председателя.

6. Комитет устанавливает свой регламент решением, принимаемым большинством не менее чем в две трети голосов его членов. Этот регламент передается на одобрение Совета.

7. Комитет приглашает такие межправительственные организации или другие международные организации, какие сочтет необходимыми участвовать в своей работе в качестве наблюдателей.

Функции Комитета включают: 1. С учетом положений статьи 8 Комитет по Гармонизированной системе осуществляет следующие функции:

а) предлагает любые поправки к настоящей Конвенции, которые представляются ему желательными, с учетом, в частности, потребностей пользователей, изменений в технологии и структуре международной торговли;

б) составляет пояснения, принципы классификации и прочие рекомендации, относящиеся к толкованию Гармонизированной системы;

в) разрабатывает рекомендации с целью обеспечения единообразного толкования и применения Гармонизированной системы;

г) сопоставляет и распространяет информацию, относящуюся к применению Гармонизированной системы;

д) по своей инициативе или по чьей-либо просьбе предоставляет сведения и рекомендации по всем вопросам, относящимся к классификации товаров в Гармонизированной системе, Договаривающимся Сторонам,

государствам-членам Совета, а также межправительственным или другим международным организациям, которые Комитет может счесть необходимыми;

е) на каждой сессии Совета представляет отчет о своей деятельности, включая проекты поправок, пояснений, принципов классификации и прочих рекомендаций;

ж) осуществляет в отношении Гармонизированной системы все прочие права и функции, которые Совет или Договаривающиеся Стороны могут счесть необходимыми.

2. Административные решения Комитета по Гармонизированной системе, которые требуют бюджетных ассигнований, подлежат утверждению Советом.

Роль Совета заключается :

1. Совет рассматривает предложения о поправках к настоящей Конвенции, разработанные Комитетом по Гармонизированной системе, и рекомендует их Договаривающимся Сторонам в соответствии с порядком, предусмотренным статьей 16, если только какой-либо член Совета, являющийся Договаривающейся Стороной Конвенции, не потребует, чтобы все или часть этих предложений были переданы в Комитет на повторное рассмотрение.

2. Пояснения, принципы классификации и прочие рекомендации, относящиеся к толкованию Гармонизированной системы, а также рекомендации, имеющие цель обеспечить единообразное толкование и применение Гармонизированной системы, которые были подготовлены в ходе сессии Комитета по Гармонизированной системе в соответствии с положениями параграфа 1 статьи 7, считаются утвержденными Советом, если до истечения двух месяцев, прошедших после закрытия сессии, ни одна из Договаривающихся Сторон Конвенции не уведомит Генерального Секретаря о том, что она требует передать этот вопрос на рассмотрение Совета.

ГЛАВА III. Значение и виды маркировки, классификации товаров

3.1. Виды маркировки товаров

Одной из важнейших задач современного товароведения является научная классификация товаров. **Классификация** - это последовательное распределение множества объектов на отдельные классы, группы и другие подразделения по наиболее общим для каждого уровня признакам. Без классификации невозможно развитие науки товароведения и торговой практики. Классификация товаров необходима в целях автоматизированной обработки информации о продукции в различных сферах деятельности, для изучения потребительских свойств и качества товаров, учета и планирования товарооборота, составления прейскурантов и каталогов, совершенствования системы стандартизации товаров. Размещение товаров на складах происходит также согласно классификации. Классификация требуется и при сертификации продукции.

В условиях перехода на рыночные отношения классификация продукции важна при проведении маркетинговых исследований. Необходима классификация и для статистического анализа производства, реализации и использования продукции на макроэкономическом, региональном и отраслевом уровнях.

Классификация товаров в современных условиях должна отвечать следующим требованиям:

- гарантировать полноту охвата всех видов производимой продукции;
- гибкость классификации, сущность которой заключается в том, чтобы в перечень продукции можно было в мере необходимости включать новые наименования, не нарушая общей системы классификации, учитывать возможные в будущем изменения в номенклатуре и ассортименте товаров;
- способствовать всестороннему исследованию свойств товаров как потребительских ценностей;

.— нацеливать на улучшение торговой деятельности на всем пути товародвижения;

.— содействовать принципам кодирования товаров и образованию краткого шифра товара.

Классификация товаров строится по иерархической схеме — от более общего признака к менее общему. Каждое последующее звено должно конкретизировать признак вышестоящего звена. Для обозначения звеньев классификации можно использовать следующие термины: класс, подкласс, вид, разновидность, а также подгруппа, подвид.

Важнейший вопрос классификации — правильный выбор признака, по которому тот или иной товар будет отнесен к определенной группировке. Основными признаками классификации продукции являются:

— единство технологических процессов ее производства. При этом к одной классификационной группировке можно отнести различные по внешнему виду и назначению товары;

— направление (или цель) использования товаров. По этому признаку они подразделяются на товары производственно-технического назначения и товары широкого потребления.

Признаком классификации продукции производственно-технического назначения является особенность использования ее в процессе производства. Наиболее характерно здесь деление средств производства на средства труда и предметы труда. Средства труда — это материальные элементы, которые служат для человека средством воздействия на предметы труда в целях получения материальных благ. К средствам труда относятся машины, станки, оборудование, двигатели и др. Предметы труда подразделяются на сырье, основные и вспомогательные материалы. Сырье — это природный сырой материал, подвергшийся предварительной обработке. Основные материалы — это материалы, образующие материальную основу продукции. Вспомогательные материалы участвуют в процессе производства, могут

придавать основному материалу новые свойства, но не составляют материальной основы изготавливаемой продукции;

— физико-химические свойства. Товары могут классифицироваться по форме, габаритным размерам. В ряде случаев целесообразно деление материалов на твердые, жидкие, сыпучие или газообразные.

в зависимости от порядка образования классификационных группировок различают десятичную, сотенную, произвольную системы классификации.

При десятичной и сотенной системах классификации каждый высший класс подразделяется соответственно на Ю или 100 последующих классов. Десятичная система проста в построении; дает возможность выбрать несложную систему кодов. Ее недостаток заключается в необходимости ограничивать количество классов цифрой 10, что в ряде случаев приводит к неоправданно укрупненной искусственной группировке и нарушению основных признаков классификации. Поэтому при большом количестве группировок целесообразнее применять сотенную систему классификации.

Системы классификации могут различаться ступенчатостью, т.е. количеством классов. Существуют одно-, двух-, трех- и более ступенчатые классификации. При делении товаров только на классы применяется одноступенчатая классификация. При четырехступенчатой классификации используются следующие подразделения: класс, подкласс, групп подгруппа. Увеличение классификационных группировок усложняет систему классификации. Количество классов в основном зависит от номенклатуры товаров: с увеличением номенклатуры растет число классов.

Разработка системы классификации сопровождается присвоением каждому наименованию товаров номенклатурного номера (или кода). Величина кода зависит от принятой системы классификации и от системы цифр, которыми обозначается каждый класс. Номенклатурный номер товара необходимо строить так, чтобы его можно было понять, расшифровать увидеть, к какому классу относится тот или иной товар.

Для товароведения первостепенное значение имеют три классификации товаров: общегосударственная, торговая, учебная.

Общегосударственная классификация представлена в Общероссийском классификаторе продукции, который введен в действие постановлением Госстандарта России от 30 декабря 1993 г. № 301 с 1 июля 1994 г. на территории Российской Федерации взамен Общесоюзного классификатора промышленной и сельскохозяйственной продукции.

Общероссийский классификатор продукции (ОКП) входит в состав Единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК) Российской Федерации. Общероссийский классификатор продукции предназначен для обеспечения достоверности, сопоставимости и автоматизированной обработки информации о продукции в таких сферах деятельности, как стандартизация, экономика, статистика и др. Общероссийский классификатор продукции — это систематизированный свод кодов и наименований группировок продукции, построенных на основе иерархической системы классификации. В Общероссийском классификаторе продукции предусмотрена пятиступенчатая иерархическая классификация с цифровой десятичной системой кодирования. На первой ступени классификации располагаются классы продукции (XX 0000), на второй — подклассы (XX Х000), на третьей — группы (XX ХХ00), на четвертой — подгруппы (XX ХХХ0), а на пятой — виды продукции (XX ХХХХ).

Коды двух-, пятиразрядных группировок продукции дополнены нулями до шести разрядов и записываются с интервалами между вторым и третьим разрядами. Классификация продукции в ОКП может быть завершена на третьей, четвертой или на пятой ступенях классификационного деления. Если какие-либо виды продукции содержат конкретные типы, Марки, модели или другие характеристики, то для их отраслевые должны быть созданы отраслевые классификаторы продукции. В последних в качестве первых шести знаков должны использоваться коды из ОКП.

Торговая классификация предназначена только для товаров широкого потребления. Она не является последовательно системой классификации и основывается на распределении товаров на группы в соответствии с преysкурантами (сборниками) цен. В преysкурантах товары размещены по таким признакам, как способ производства, исходный материал, на значение. Каждая преysкурантная группа товаров подразделяется на виды и разновидности исходя из специфических особенностей товарной группы.

Основная часть промышленных (непродовольственных) товаров в практике торговли подразделяется на следующие товарные группы: изделия из пластмасс, товары бытовой химии, стеклянные, керамические, строительные, мебельные, металлохозяйственные, электротовары, бытовые электромашины и приборы, текстильные, швейные, трикотажные, обувные, пушно-меховые и овчинно-шубные, галантерейные, парфюмерно-косметические, ювелирные товары и часы, товары культурно-бытового назначения.

Учебная классификация служит для изучения ассортимента товаров широкого потребления. В данном случае речь идет о торговом ассортименте, т. е. об ассортименте в оптовой и розничной торговле. Торговый ассортимент подразделяется; на ассортимент товарной группы и ассортимент торгового предприятия.

Ассортимент товарной группы представляет собой перечень товаров, входящих в одну из ранее упоминавшихся товарных групп. Он может формироваться из продукции разных отраслей промышленности.

Ассортимент торгового предприятия (магазина, склада, базы) зависит от типа предприятия. Специализированное предприятие, как правило, организует продажу одной группы товаров (например, мебель или электротовары), но товары этой группы представлены широким ассортиментом. В ассортимент универсального предприятия входят товары различных групп, но не в столь широком ассортименте. В учебной классификации классы подразделяются на группы, группа да подгруппы,

подгруппы — на виды, виды — на артикулы. 3 учебной классификации товаров предусмотрено девять классов:

- материалы для одежды и штучные изделия;
- одежда и головные уборы; — обувные товары;
- товары культурного обихода;
- товары спортивного назначения;
- транспортные средства личного пользования;
- предметы домашней обстановки;
- товары хозяйственного и бытового назначения;

— предметы санитарии, гигиены и рукоделия. Общероссийский классификатор продукции применяется и для маркетинговых исследований. Вместе с тем в зарубежной литературе рассматриваются классификации товаров, применяемые только в маркетинге. Так, например, Ф. Кот-лер среди признаков классификации товаров выделяет: цель применения товара, степень долговечности использования, поведение покупателя на рынке, степень участия в производственном процессе. По цели применения товары делятся на два вида:

- товары, используемые для удовлетворения личных потребностей людей, — это товары широкого потребления

- товары, применяемые для производства других товаров, товары промышленная

По степени долговечности товары широкого потребления подразделяются также на два вида:

- товары длительного пользования, которые применяются многократно (мебель, автомобили, одежда и др.);

- товары кратковременного пользования, употребляемые один или небольшое число раз (спички, газета и др.).

По поведению покупателя на рынке товары широкого потребления делятся на четыре вида:

— товары повседневного спроса. К ним относятся те товары, которые потребители покупают часто и с минимальными усилиями на их сравнение (различные хозяйственные принадлежности, мыло, хлеб и др.);

— товары предварительного выбора — это товары, которые потребитель при покупке сравнивает по качеству цене, дизайну с аналогичными. К ним относятся: бытовая электроника, мебель, одежда, обувь и др.;

— товары особого спроса; их иначе можно назвать престижными товарами с уникальными характеристиками или с товарами известных фирм-производителей;

— товары пассивного спроса. К ним как правило, относятся новые товары, о покупке которых потребитель не задумывается.

По степени участия в производственном процессе товары промышленного назначения классифицируются на три группы:

- материалы и детали;
- капитальное имущество;
- вспомогательные материалы и деловые услуги.

Материалы и детали в свою очередь подразделяются на две группы: сырье полуфабрикаты и детали. К сырью относится сельскохозяйственная продукция и природные продукты — различные руды, сырая нефть, лес и др. Полуфабрикаты включают в себя различные материальные компоненты и комплектующие изделия. При этом предполагается, что комплектующие изделия входят в состав конечной продукции полностью, без всякого изменения.

Капитальное имущество делится на стационарные сооружения и вспомогательное оборудование. К стационарным сооружениям относятся здания заводов, складов и т.д., а также стационарное оборудование, т. е. генераторы, станки, турбины и др. Вспомогательное оборудование — это оборудование, содействующее процессу производства, срок службы которого меньше, чем у стационарных сооружений, но превышает срок службы материалов.

Вспомогательные материалы в соответствии с рассматриваемой классификацией подразделяются на рабочие материалы и материалы для технического обслуживания и ремонта. Примером рабочих материалов являются смазочные масла, обтирочные материалы, писчая бумага и т. д. К материалам для технического обслуживания можно отнести краски, щетки и др.

Деловые услуги включают в себя услуги по техническому обслуживанию и ремонту и консультационные услуги.

Рассмотренная выше классификация товаров позволяет использовать различные инструменты маркетинга: специфическую стратегию и тактику для различных товаров.

А. Дайан в отличие от Ф. Котлера несколько иначе классифицирует товары промышленного назначения в целях маркетинговых исследований. Он выделяет следующие группы:

- сырье, промежуточные продукты (полуфабрикаты); к которым относятся листовые и профильные металлы, прокат черных и цветных металлов, химические материалы, ткани и т.д.;

- комплектующие узлы и детали, взаимодополняющие товары;

- тяжелое оборудование, включающее прокатные станы, подъемные краны, прессы для штамповки и другое оборудование;

- легкое оборудование — небольшие станки, оборудование, применяемое для погрузочно-разгрузочных работ, офисное оборудование, мебель;

- предметы потребления для промышленности, к которым относятся эксплуатационные материалы, материалы повседневного использования;

- промышленные услуги, организационные и юридические, договоры страхования, лизинговые, транспортные услуги.

Совершенно очевидно, что, разрабатывая классификации товаров, авторы принимают во внимание национальные особенности, поэтому не

рекомендуется использовать, зарубежные классификации без учета конкретных экономических условий и особенностей своей страны.

Маркировка — комплекс сведений в виде текста, отдельных графических, цветовых символов (условных обозначений) и их комбинаций, наносимых в зависимости от конкретных условий непосредственно на изделие, упаковку (тару), ярлык (бирку) или этикетку с целью информирования потребителей о свойствах предлагаемых им товаров.

В условиях рыночной экономики выделяют следующие основные виды маркировки:

- 1) потребительская маркировка;
- 2) маркировка знаками соответствия;
- 3) маркировка знаками-премиями или знаками-наградами;
- 4) экологическая маркировка;
- 5) предупредительная маркировка.

Потребительская маркировка применяется для конкретных видов продукции. Общие требования к маркировке товаров устанавливаются в законодательных актах страны. Например, в России требования к маркировке пищевых продуктов законодательно установлены Гражданским кодексом РФ, Законом РФ «О защите нрав потребителей», федеральными законами «О качестве и безопасности пищевых продуктов», «О техническом регулировании», «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров», «О рекламе», «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» и др.

Госстандарт России постановлением от 29 декабря 2003 г. № 401-ст утвердил нормативный документ, регламентирующий требования к маркировке продуктов, — ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» со сроком введения в действие на территории РФ 1 июля 2005 г. с правом досрочного введения. ГОСТ Р 51074-2003 устанавливает необходимость наличия информации о применении пищевых добавок при изготовлении пищевого продукта и о

содержании их в использованном сырье, а также биологически активных добавок к пище, ароматизаторов, пищевых продуктов нетрадиционного состава с включением несвойственных им компонентов белковой природы.

Стандарт предусматривает также наличие на этикетке информации о генетически модифицированных пищевых продуктах, пищевых продуктах, полученных из генетически модифицированных источников, или пищевых продуктах, содержащих компоненты из генетически модифицированных источников. Для пищевых продуктов, содержащих компоненты из генетически модифицированных источников, информацию указывают в тех случаях, когда содержание в их составе указанных компонентов превышает норму, установленную нормативно-правовым актом (техническим регламентом).

Маркировка знаками соответствия применяется при необходимости информировать потребителя, что товар соответствует установленным требованиям.

К этому виду маркировки следует отнести маркировку товаров знаками соответствия при проведении обязательной сертификации на безопасность продукции для здоровья, жизни и имущества людей.

Подобные знаки соответствия присваиваются органами по сертификации или другими организациями, компетентными в области оценки и контроля качества продукции. Например, распространенным знаком этой группы в Германии является знак «05» («проверено на безопасность»), удостоверяющий безопасность продукции в соответствии с германскими нормами. В Российской Федерации также установлена обязательность маркировки знаками соответствия продукции прошедшей сертификацию и имеющей сертификат соответствия.

В странах ЕС в качестве единого знака соответствия принят знак «СЕ», представленный на рис. 2. Этот знак подтверждает соответствие продукта всем обязательным предписаниям ЕС по безопасности (например, основным требованиям директив ЕС). Директивы ЕС устанавливают объемы оценки

или строгость оценки, которые необходимо заложить в основу процедуры оценки соответствия.



ПР66

Рис. 3. Российский знак соответствия (пример).

Оценивание, аккредитация и сертификация основываются на европейских нормах серии DIN EN 45000. Процедура оценки соответствия европейским нормам может проводиться как производителями продукции, так как и организациями, уполномоченными ЕС. В последнем случае знак дополняется эмблемой организации, проводившей оценку соответствия.

Маркировка знаками-премиями или знаками-наградами. Многие государства мира стремятся поощрять фирмы и организации своей страны, добивающиеся значительных успехов в экспорте товаров и услуг и/или содействии экспорту национальных товаров, и выделять их среди остальных компаний. Как правило, это осуществляется путем присуждения фирме специально учрежденного приза-премии за достижение в экспорте, что подтверждается специальным документом, выдаваемым компетентным государственным или общественным органом. При этом существуют специальные знаки-премии, знаки-награды (эмблемы), которыми фирма-лауреат может в течение определенного времени маркировать свою продукцию, а также помещать этот знак на своих рекламных или деловых материалах. Примерами подобных наград являются: в Дании — премия Короля Фредерика IX за достижения в экспорте, в Великобритании — королевская награда за экспортные достижения, в США — президентские «E» и «E Star» за выдающиеся успехи в экспорте.

Высочайшим Манифестом Его Императорского Величества от 1 января 1807 г. «О выгодах, дарованных купечеству» русские купцы и фирмы, получившие соизволение доставлять известные товары ко двору, награждались званием Поставщиков Двора Его Императорского Величества и великокняжеских дворов и получали право украшать свои торговые щиты императорским гербом согласно выданному особому Диплому придворного поставщика.

Фирмам, которые желали иметь Диплом придворного поставщика, необходимо было утвердить качество своей продукции и набрать необходимое количество медалей и почетных грамот на всероссийских выставках. Чтобы стать поставщиком императорской семьи, производитель обязан в течение как минимум восьми лет выпускать исключительно товар высокого качества. При получении рекламации он лишался звания и мог себя «реабилитировать» высоким качеством работы в течение повторного восьмилетнего срока.

Получив звание придворного поставщика, производитель становился обладателем значительных преимуществ: мог получить дворянский титул, высочайшие награды России. Его семье даровалась рента, предоставлялась протекция в устройстве детей в престижные учебные заведения. Фирме поставщика предоставлялись налоговые льготы, выгодные и престижные заказы.

Государство содействовало продвижению таких товаров на внутреннем и внешнем рынке. А сам поставщик был обязан постоянно поддерживать и улучшать качество своей продукции.

В 1830-х гг. уже более 30 крупнейших российских и зарубежных предпринимателей удостоились высшего предпринимательского звания Поставщика Двора Его Императорского Величества. Среди них: Тульский оружейный завод, фабрика ювелирных изделий К. Фаберже, Императорский фарфоровый завод, водочные заводы товарищества П. А. Смирнова,

производство шампанских вин («Новый Свет», «Абрау-Дюрсо») Л. С. Гольцина, Торговый дом «Братья Елисеевы» и др.

Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт-М, 2001. С. 181-183.

Экологическая маркировка. Основными задачами экомаркировки являются:

- ◆ защита потребителя от экологически вредной продукции;
- ◆ выделение экологически безвредных изделий из всей совокупности промышленной продукции;
- ◆ стимулирование производства и применения экологичной продукции;
- ◆ пропаганда мероприятий по охране окружающей среды.

Знаки экомаркировки условно можно разделить на следующие группы:

1) знаки, отражающие безвредность для экологии изделий в целом и их отдельных свойств; эти знаки могут применяться для обозначения предметов и устройств, используемых для сбережения природы, а также в качестве экологических символов; наиболее известные из них: в Скандинавских странах — знак «Белый лебедь», в Германии — знак «Голубой ангел»; кроме того, значительная часть знаков этой группы — знаки, обозначающие выполнение требований, направленных на сохранение озонового слоя вокруг Земли; их центральным элементом обычно является изображение земного шара;

2) знаки, призывающие к охране окружающей среды; к этой группе относятся знаки, содержащие надписи с призывами не сорить, не загрязнять окружающую среду, сдавать соответствующие виды упаковки для вторичной переработки;

3) знаки, применяемые для обозначения предметов, поддающихся вторичной обработке, и продукции, полученной в результате переработки вторичного сырья; самым распространенным знаком этой группы, которым в основном маркируются товары, поступающие из Германии и применяются для предотвращения загрязнения окружающей среды бытовыми отходами и

для поддержки их вторичной переработки; в США широко распространена маркировка специальными знаками товаров, полученных из вторичного сырья, например бумаги;

4) знаки, отображающие опасность предметов для человека и окружающей среды; например, по правилам, введенным в Финляндии в 1991 г., в морских перевозках специальным знаком маркируются опасные для флоры и фауны вещества; для идентификации опасности предметов для человека и окружающей среды в странах Европы разработаны соответствующие знаки, характеризующие виды опасности, вредного воздействия и защиты от них.

Экомаркировка проводится на международном и национальном уровне. На международном уровне система экомаркировки создана в рамках ЕС, ее основные положения установлены Советом ЕС в 1992 г. Эта система не распространяется на пищевые продукты, пестициды и лекарственные препараты. Экомаркировка также не наносится на вещества и препараты, признанные опасными в соответствии с директивами ЕС № 67/548 и 86/379, изделия, в процессе производства которых может оказываться вредное воздействие на людей и окружающую среду.

Экомаркировка должна включать установленный ЕС знак, который может быть зеленым, голубым или нанесенным черным цветом на белый или белым цветом на черный фон.

Решение о присвоении экомаркировки принимается компетентными органами стран — членом ЕС, которые предварительно проводят оценку экологичности изделия кандидата. Расходы, связанные с процедурами оценки, и специальный сбор за использование знака экомаркировки оплачивает сторона — соискатель экомаркировки. В случае положительного решения право использования экомаркировки оформляется в виде контракта, заключаемого с каждым соискателем.

Предупредительная маркировка имеет большое значение для обеспечения безопасности продукции для потребителя и включает:

- ◆ маркировку по безопасному обращению с товарами;

- ◆ маркировку, обозначающую меры предосторожности при обработке текстильных изделий;
- ◆ маркировку консервированной продукции с целью ее безопасного употребления;
- ◆ маркировку грузов манипуляционными знаками с целью их безопасной транспортировки;
- ◆ маркировку как средство защиты исключительных прав.

Маркировка по безопасному обращению с товарами предусматривает наличие на производственных и потребительских упаковках товаров этикеток с указанием видов и степени опасности, мер предосторожности и средств защиты, действий первой помощи при поражениях (например «взрывоопасно», «вредно», «ядовито» и др.).

В Российской Федерации маркировка опасных грузов должна соответствовать ГОСТ 19433-88. Предупредительная маркировка этих грузов обеспечивается поставщиком, который несет ответственность за ее качество и достоверность информации, приводимой в маркировке. В соответствии с ГОСТ 19433-88 маркировка должна включать следующую информацию:

- ◆ наименование вещества;
- ◆ серийный номер и классификационный шифр вещества;
- ◆ сигнальное слово, используемое для привлечения внимания пользователя («опасно», «осторожно» и т. д.);
- ◆ символы, соответствующие видам опасности, присущим веществу;
- ◆ описание опасности, представляемой веществом, пути проникновения и возможные последствия от его воздействия на человека и окружающую среду;
- ◆ меры предосторожности и средства защиты, необходимые для безопасного обращения с веществом;
- ◆ меры первой помощи, отражающие симптомы поражения веществом;
- ◆ юридический адрес и другие данные (телефон, факс и т. д.) поставщика;

- ◆ обозначение партии продукции;
- ◆ количество вещества, находящегося в маркируемом контейнере.

В мире широкое распространение получила маркировка, обозначающая меры предосторожности при обработке текстильных изделий. Символы для этой маркировки установлены Международным стандартом ИСО/ТК 38 «Текстиль». Символы определены в отношении некоторых процессов обработки текстильных изделий (стирка, химическая чистка, утюжка и т. п.).

Маркировка консервированной продукции (мясной, рыбной, молочной, плодоовощной и др.) проводится посредством нанесения соответствующей информации на литографическую или бумажную этикетку. На этикетке могут указываться реквизиты предприятия-изготовителя, наименование консервов, масса нетто, вид нормативной документации, требованиям которой соответствует качество продукции. Кроме того, приводятся информационные данные о пищевой и энергетической ценности консервов, сроках и условиях хранения и др. Эта информация может быть представлена методом рельефного маркирования (или обозначена несмываемой краской) на крышке (донышке) банки.

Маркировка грузов манипуляционными знаками проводится в целях безопасной транспортировки товаров. Манипуляционные знаки представляют собой графическое изображение условий обращения с грузом, центра тяжести, места захвата погрузчиком и стропами.

Маркировка как средство защиты исключительных прав включает:

- © — знак охраны авторского права;
- (P) — знак охраны смежных прав;
- [T] — уведомление об исключительном праве на использование то-
пологии;
- (R) — маркировка зарегистрированного товарного знака.

3.2. Классификаторы, виды классификаторов

С развитием информационных технологий приобрели актуальность методы классификации и кодирования информации. Современные рыночные отношения и рыночные условия в экономике потребовали существенной модернизации действующих классификаторов и создания новых.

Классификатор - это официальный документ, представляющий собой систематизированный свод наименований и кодов классификационных группировок и объектов классификаций.

Классификаторы подразделяют на категории, которая указывает на его принадлежность к определенной группе в зависимости от уровня утверждения и сферы применения. Различают классификаторы:

- государственный классификатор, утвержденный Госстандартом страны для применения в автоматизированных системах управления (АСУ);

- отраслевой классификатор - это классификатор, введенный в установленном порядке для применения в АСУ отрасли;

- классификатор предприятия - это классификатор, введенный в установленном порядке для применения в АСУ предприятиях.

Национальный классификатор продукции - это систематизированный свод кодов и наименований классификационных группировок, построенных на основе иерархической системы классификации и с использованием цифровой десятичной системы кодирования.

НКП состоит из двух частей: классификационной - К-ОКП и ассортиментной - А-ОКП. К-ОКП представляет собой свод кодов и наименований классификационных группировок, которые

систематизированы по определенным общим признакам, в основном потребительского характера. Вся продукция в К-ОКП распределена на пять ступеней классификации: класс, подкласс, группа, подгруппа, вид.

Классы являются первой ступенью иерархической классификации в ОКП и кодируются двухразрядными кодами от 01 до 99.

ГЛАВА V. Кодирование ювелирных изделий пробированием и клеймением

Качественной характеристикой драгоценного сплава является его состав или проба. Проба — это количество драгоценного металла, содержащегося в 1000 долях сплава.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июня 1999 г. № 643 для ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов установлены следующие пробы:

— платиновые: 950 (девятьсот пятидесятая), 900 (девятисотая), 850 (восемьсот пятидесятая);

— золотые: 999 (девятьсот девяносто девятая), 958 (девятьсот пятьдесят восьмая), 500 (пятисотая), 375 (триста семьдесят пятая), 585 (пятьсот восемьдесят пятая);

— серебряные: 999 (девятьсот девяносто девятая), 960 (девятьсот шестидесятая), 925 (девятьсот двадцать пятая) 875 (восемьсот семьдесят пятая), 830 (восемьсот тридцатая)' 800 (восемьсот);

— палладиевые: 850 (восемьсот пятидесятая), 500 (пятисотая).

Допускается изготовление изделий из золота 583-й пробы по заказам граждан из принадлежащих им ювелирных и других бытовых изделий из золота этой пробы.

Клеймение ювелирных изделий проводится во всех странах. При этом каждая страна в законодательном порядке устанавливает свои пробы драгоценных металлов. В настоящее время в большинстве стран применяется метрическая и сохраняется каратная системы проб.

Метрическая система показывает, какое количество массовых частей драгоценного металла содержится в 1000 массовых долей сплава.

В каратной системе содержание драгоценного металла в сплаве измеряется количеством карат. Карат — это условная мера определения содержания драгоценного металла в сплаве или ювелирном изделии. В этой

системе вся масса золотого слитка или изделия из золота принимается равной 24 частям, тогда чистое золото соответствует 24 каратам. Например, 18-каратная проба означает, что в сплаве содержится 18 частей золота и 6 частей лигатуры.

Раньше в России до 1927 г. применялась золотниковая система проб, в которой содержание чистого золота или серебра в одном фунте сплава определялось количеством золотников. Это была исключительно русская система проб. Один фунт чистого металла равнялся 96 золотникам. Отсюда чистый металл соответствовал 96-й пробе, 72-я проба золота означала, что в одном фунте сплава содержится 72 золотника чистого золота и 24 золотника лигатуры. В настоящее время в антикварных изделиях еще встречаются золотниковые пробы.

Соотношение между разными системами проб ювелирных сплавов приведено в табл. 2.

Таблица 2.

Соотношение систем проб ювелирных сплавов

метрическая	Система проб	
	каратная	золотниковая
1000	24	96
958	23	92
916	22	88
875	21	84
750	18	72
585	14	56
500	12	48
375	9	36
333	8	-

Все изготавливаемые на территории Азербайджана ювелирные и другие бытовые изделия из драгоценных металлов должны быть опробованы и заклеены государственным пробирным клеймом.

Государственное пробирное клеймо включает в себя следующую информацию:

1. Форма клейма.

Каждый вид драгоценного сплава имеет свою форму клейма: в виде лопаточки для золота; бочонка — для серебра, многогранника — для платины, усеченного конуса с полукруглым основанием — для палладия.

2. Значение чистого благородного металла.

Содержание чистого благородного металла определяется пробой.

3. Знак удостоверения.

4. Шифр инспекции пробирного надзора.

5. Клеймо изготовителя.

Клеймо изготовителя (именник) — это оттиск клейма изготовителя, который ставится на всех изделиях и который содержит индивидуальные знаки (шифр) изготовителя и знаки, удостоверяющие год изготовления изделия. Знаки именника должны быть заключены в единый контур.

Какие-либо другие знаки (в том числе товарный знак изготовителя, знак охраны авторского права и т.п.) не должны присутствовать в контуре именника. Оттиск именника ставится рядом с оттиском пробирного клейма. Оттиски именника и пробирного клейма наносятся на то место изделия, которое, с одной стороны, скрыто при просмотре с лицевой части и, с другой стороны, хорошо видно при всестороннем осмотре изделия. Например, на кольцах эти знаки наносят на внутренней стороне шинки (ободка) напротив верхушки, на серьгах, брошах, цепочках — на деталях замка, на кулонах — на внешней стороне ушка и т. д.

ГЛАВА VI. Кодирование бытовой электронной продукции по классам – уровням А, В, С, Д, Е, F, G

Европейский экономический союз (ЕЭС) принял в рекомендательном порядке кодирование продукции с маркировкой бытовых машин, аппаратов, которые изготовлены фирмами стран ЕЭС по принципу экономичности или рациональности применения — функционирования. В качестве примера приводится схема кодирования стиральных электрических машин, где классы А, В, С, Д, Е, Г, С отвечают уровню рациональности по указанному показателю потребления.

1 — Электроэнергия

2 — Стиральная машина

3 — Изготовитель

4 — Модель

5 — Минимальное потребление электроэнергии. Максимальное потребление электроэнергии.

7 Потребление электроэнергии / Одна программа стирки (на основе результатов нормативных испытаний программы-стирки белья из х/б при 60°C).

8 — Фактическое потребление электроэнергии зависит от способа пользования машиной.

9 — Результат стирки А : лучше.

О : хуже.

10 — Результат отжима А : лучше.

С : хуже.

11 — Частота вращения (об/ мин)

12 — Загрузка (хлопчатобумажная ткань), кг

13 — Расход воды, л

14 — Другие данные приведены в проспектах.

15 — Нормы ЕМ 60456.

16 — Правила 96/12/ЕС — стиральные машины.

С целью уточнения кодирования приводится цифровая нумерация 1 — 16 в которой отражаются дополнительные сведения, в том числе и по групповым свойствам, раскрывающим функциональность изделия. Так, результат стирки, обозначенный классом А подтверждает высокую степень отстирываемости при слабо выраженном износе белья. Результаты отжима стиральных изделий оценивают не только фактической интенсивностью вращения барабана при отжиге, но и наличием интервалов в данном процессе, остаточной влажностью белья, а также отсутствием механических повреждений в изделиях до и после отжима.

Расход воды на одну стирку (60°C , лен — хлопок) 5 кг белья также определяет класс машины (А...С), где машины А и В классов имеют реальный расход воды 50 — 55 литров.

ГЛАВА VII. Манипуляционные и предупредительные знаки и условные обозначения

Манипуляционные знаки — знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товарами. До сих пор манипуляционные знаки считались указателями способов обращения с грузами и наносились в основном на транспортную тару. Их символика, наименование, назначение регламентируются ГОСТ 14192-77 "Маркировка грузов". В последнее время отдельные манипуляционные знаки появились и на потребительской упаковке. Так, знак "открыть здесь" наносят на коробки с молоком, стиральными порошками и т.д. Поэтому можно говорить о расширении сферы применения манипуляционных знаков.

Предупредительные знаки — знаки (см. прил.), предназначенные для обеспечения безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров путем предупреждения об опасности или указания на действия по предупреждению опасности. Предупредительные знаки подразделяют на два вида:

- предупреждающие об опасности;
- предупреждающие о действиях по безопасному использованию.

В соответствии с международными требованиями по классификации и маркировке опасных веществ и материалов, разработанными органами ОНИ и Международной организации труда (МОТ), каждому виду предупредительных знаков свойствен определенным образом символ, состоящий из литеры "К" — для знаков, предупреждающих об опасности, или "8" — для знаков, предупреждающих о действиях для избежания опасности, и двузначного номера—кода, указывающего на конкретную опасность.

Целью предупредительной маркировки является информирование о последствиях вредного воздействия опасных товаров, указание способов и средств защиты, обеспечивающих безопасное обращение с ними.

К опасным товарам относятся: взрывчатые, огнеопасные, ядовитые, едкие (разъедающие), инфекционные, радиоактивные вещества, окислители, а также вредные вещества, оказывающие канцерогенное мутагенное, тератогенное, ингибирующее воздействия, влияющие на репродуктивную функцию. Предупредительная маркировка должна включать:

— наименование опасного вещества, включая торговую марку и общепризнанные синонимы;

— серийный номер ООН и классификационный шифр веществ по ГОСТ 19433-88;

— символы опасности;

— сигнальное слово, выделяемое жирным шрифтом и используемое в зависимости от степени опасности:

"ОПАСНО" — для привлечения внимания к большей степени риска, характеризующейся высокой вероятностью смерти или тяжелых повреждений.

"ОСТОРОЖНО" — для привлечения внимания к средней степени риска и потенциальной угрозе нанесения ущерба здоровью людей и окружающей среде.

Символы опасности должны сопровождаться надписями, характеризующими вид опасности. Они выполняются черным цветом на оранжевом или желтом фоне.

Манипуляционные знаки (предупредительные надписи, оказывающие на способы обращения с грузом, наносятся на каждое грузовое место в левом верхнем углу на двух соседних стенках тары. Знаки 1 "Хрупкое", "Осторожно" и И "Верх" наносятся в левом верхнем углу с четырех сторон. Знак 9 "М(страховки)" наносятся непосредственно на тару с двух противоположных сторон. Если же груз не упакован, то знак 9 наносится на ярлыки или непосредственно на груз. Знак 12 "Центр тяжести" наносятся на все шесть сторон на место проекции фактического центра тяжести груза.

Манипуляционные знаки должны быть черного цвета, допускается нанесение знака 1 "Хрупкое. Осторожно" красного цвета, знака 6

"Скорпортящийся груз" голубым I том на светлом фоне, знака 13
"Тропическая упаковка" красным цветом. Разрешается на знаке 3 "Беречь от
влаги" указывать символику падающих капель.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Штриховое кодирование — важное направление обеспечения конкурентоспособности товара. Под **штриховым кодированием** следует понимать технологию автоматической идентификации и сбора данных, основанную на предоставлении информации по определенным правилам в виде напечатанных формализованных комбинаций элементов установленной формы, размера, цвета, отражающей способности и ориентации для последующего оптического считывания и преобразования в форму, необходимую для ее автоматического ввода в вычислительную машину.

В мире существуют различные системы штрихового кодирования. Наибольшее распространение получила Европейская система кодирования (EAN) и Универсальный товарный код США (UPC).

Код UPC — универсальный товарный код, утвержден в США в качестве промышленного стандарта в 1973 г. Первоначально это был 12-разрядный код (11 из них информационные, 1 — контрольный). Он предназначался прежде всего для маркировки товаров, продаваемых в продовольственных магазинах самообслуживания, затем его применение было распространено на все потребительские товары. Впоследствии были стандартизированы версии кода UPC иной разрядности: в 1976 г. утверждено дополнение к основной 12-разрядной версии кода (версии А) для маркировки периодических изданий книг, в 1978 г. была утверждена версия В для потенциальной маркировки непродовольственных товаров, требующих машиночитаемого кодирования данных большего числа разрядов.

Одной из важнейших задач современного товароведения является научная классификация товаров, которая представляет собой последовательное распределение множества объектов на отдельные классы, группы и другие подразделения по наиболее общим для каждого уровня признакам. Без классификации невозможно развитие науки товароведения, кодирования и торговой практики. Классификация товаров необходима в

целях автоматизированной обработки информации о продукции в различных сферах деятельности, для изучения потребительских свойств и качества товаров, учета и планирования товарооборота, составления прейскурантов и каталогов, совершенствования системы стандартизации товаров. Размещение товаров на складах происходит также согласно классификации. Классификация требуется и при сертификации продукции.

Маркировка представляет собой комплекс сведений в виде текста, отдельных графических, цветовых символов (условных обозначений) и их комбинаций, наносимых в зависимости от конкретных условий непосредственно на изделие, упаковку (тару), ярлык (бирку) или этикетку с целью информирования потребителей о свойствах предлагаемых им товаров и взаимосвязано с кодированием товаров.

В условиях рыночной экономики выделяют следующие основные виды маркировки:

- 1) потребительская маркировка;
- 2) маркировка знаками соответствия;
- 3) маркировка знаками-премиями или знаками-наградами;
- 4) экологическая маркировка;
- 5) предупредительная маркировка.

Потребительская маркировка применяется для конкретных видов продукции. Общие требования к маркировке товаров устанавливаются в законодательных актах страны. К таким законам можно отнести Закон Азербайджанской Республики «О рекламе» от 3 октября 1997 № 376 - I-Г, изданный Указом Общенационального лидера Азербайджана Гейдаром Алиевым Законом АР от 19 сентября 1995 года №1114 «О защите прав потребителей», Закон Азербайджанской Республики от 30 мая 2014 года № 965-IVG «Об аккредитации в области оценки соответствия»,

Европейский экономический союз (ЕЭС) принял в рекомендательном порядке кодирование продукции с маркировкой бытовых машин, аппаратов, которые изготовлены фирмами стран ЕЭС по принципу экономичности или

рациональности применения — функционирования. В качестве примера приводится схема кодирования стиральных электрических машин, где классы А, В, С, Д, Е, Г, С отвечают уровню рациональности по указанному показателю потребления.

1 — Электроэнергия

2 — Стиральная машина

3 — Изготовитель

4 — Модель

5 — Минимальное потребление электроэнергии. Максимальное потребление электроэнергии.

7 Потребление электроэнергии / Одна программа стирки (на основе результатов нормативных испытаний программы-стирки белья из х/б при 60°C).

8 — Фактическое потребление электроэнергии зависит от способа пользования машиной.

9 — Результат стирки А : лучше.

О : хуже.

10 — Результат отжима А : лучше.

С : хуже.

11 — Частота вращения (об/ мин)

12 — Загрузка (хлопчатобумажная ткань), кг

13 — Расход воды, л

14 — Другие данные приведены в проспектах.

15 — Нормы ЕМ 60456.

16 — Правила 96/12/ЕС — стиральные машины.

Качественной характеристикой драгоценного сплава является его состав или проба. Проба — это количество драгоценного металла, содержащегося в 1000 долях сплава.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июня 1999 г. № 643 для ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов установлены следующие пробы:

— платиновые: 950 (девятьсот пятидесятая), 900 (девятисотая), 850 (восемьсот пятидесятая);

— золотые: 999 (девятьсот девяносто девятая), 958 (девятьсот пятьдесят восьмая), 500 (пятисотая), 375 (триста семьдесят пятая), 585 (пятьсот восемьдесят пятая);

— серебряные: 999 (девятьсот девяносто девятая), 960 (девятьсот шестидесятая), 925 (девятьсот двадцать пятая) 875 (восемьсот семьдесят пятая), 830 (восемьсот тридцатая)' 800 (восемьсот);

— палладиевые: 850 (восемьсот пятидесятая), 500 (пятисотая).

Допускается изготовление изделий из золота 583-й пробы по заказам граждан из принадлежащих им ювелирных и других бытовых изделий из золота этой пробы.

Манипуляционные знаки — знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товарами. До сих пор манипуляционные знаки считались указателями способов обращения с грузами и наносились в основном на транспортную тару. Их символика, наименование, назначение регламентируются ГОСТ 14192-77 "Маркировка грузов" В последнее время отдельные манипуляционные знаки появились и на потребительской упаковке. Так, знак "открыть здесь" наносят на коробки с молоком, стиральными порошками и т.д. Поэтому можно говорить о расширении сферы применения манипуляционных знаков.

1. Учитывая что штриховое кодирование влияет на конкурентоспособность товаров было бы целесообразным обеспечить штриховое кодирование во всех областях местного производства.

2. Рассмотрений материал еще раз доказывает то, что применение штриховых кодов позволит повысить скорость и культуру обслуживания покупателей в розничной торговой сети.

3. Широкое внедрение системы штрихового кодирования способствует организации эффективного проведения маркетинговых исследований товаров, проведения товарной экспертизы, так как позволяет вести автоматизированный учет их производства и продажи.

4. Внедрение системы штрихового кодирования даст возможность удобного контроля качества продукции, так как в процессе входного контроля качества на предприятии, при товарной экспертизе код будет считываться и подтверждаться, и соответственно бракованные изделия будут направляться на переработку и дальнейшую реализацию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ə.P.Həsənov, T.R.Osmanov N.N.Həsənov və başqaları. «Qeyri-ərzaq mallarının ekspertizası». I hissə. Dərslik. Bakı. 2006.
2. Ə.P.Həsənov, T.R.Osmanov N.N.Həsənov və başqaları. «Qeyri-ərzaq mallarının ekspertizası». II hissə. Dərslik. Bakı. 2006.
3. Həsənov Ə.P. və başqaları İstehlak mallarının ekspertizasının nəzəri əsasları Bakı 2003
4. Аристов О. В. Управление качеством: Учебник. М.; ИНФРА-М, 2007.
5. Басаков М. И. Основы стандартизации, метрологии, сертификации. Конспект лекций (Серия «Зачет и экзамен»). Ростов н/Д: Феникс, 2002.
6. Басовский Л. Е., Протасьев В. Б. Управление качеством; Учебник. М.: ИНФРА-М, 2000.
7. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов / О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин; Под ред. О. П. Глудки-на. М.: Радио и связь, 1999.
8. Гиссин В. И. Управление качеством продукции: Учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2000.
9. Гличев А. В. Основы управления качеством. М.: РИА «Стандарты и качество», 2001.
10. Горбашко Е. А. Обеспечение конкурентоспособности промышленной продукции. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1994. Крылова Г. Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии:
11. Учебник для вузов. М.: Аудит ЮНИТИ, 1998.
12. Леонова Т. И. Управление затратами на качество продукции: Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002.
13. Никитин В. А. Управление качеством на базе стандартов ИСО 9000: 2000. СПб.: Питер, 2002.
13. Новицкий Н. И., Олексюк В. Н. Управление качеством продукции: Учебное пособие. Минск: Новое знание, 2001.

14. Мазур И. Н., Шапиро В. Д. Управление качеством: Учебное пособие / Под общ. ред. И. И. Мазура. М.: Высшая школа, 2003.
15. Мишин В. М. Управление качеством: Учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ, 2000.
16. Окрепилов В. В. Словарь терминов и определений в области экономики и управления качеством. СПб.: Наука, 1999.
17. Окрепилов В. В. Управление качеством продукции: Учебник. СПб.: Наука, 2000.
18. Пашков Е. В., Фомин Г. С., Красный Д. Б. Международные стандарты ИСО 14000. Основы экологического управления. М.: ИПК «Из-дательство стандартов», 1997.
19. Розова Н. К. Менеджмент качества. СПб.: Вектор, 2005.
20. Салимова Т. А. Управление качеством: Учебник по специальности «менеджмент организации». М.: Омега-Л, 2007.
21. Салимова Т. А., Ватолкина Н. Ш. История управления качеством. М.: ЕНОРУС, 2005.
22. Сергеев А. Г., Латышев М. В. Сертификация: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Издательская корпорация «Логос», 1999.
23. Стандартизация и управление качеством продукции: Учебник для вузов / В. А. Швапдер, В. П. Панов, К. М. Купрянов и др.; под ред. проф. В. А. Швапдера. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.
24. Управление качеством: Учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, В. С. Мхитарян и др.; Под ред. С. Д. Ильенковой. 2-е изд., перераб. и дон. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
25. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции / Пер. с англ. М.: Экономика, 1986.
26. Хачатуров А. Е., Куликов Ю. А. Основы менеджмента качества: Учебное пособие. М.: Дело и сервис, 2003.
27. Эванс Дж. Р. Управление качеством: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «менеджмент организации» / Дж. Р.

Эванс; Пер. с англ. под ред. Э. М. Короткова; пре-дисл. Э. М. Короткова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

28. Горбашко Е.А. Управлении качеством: Учебное пособие – Спб: Питер, 2008, -384 с. 2008.

29. Коммерческое товароведение и экспертиза: Учеб. пособие для студентов вузов Под ред. Г.А. Васильева — М.: Изд. объединение "ЮНИТИ", 1997.

30. Курнаков Н.Н., Зайцев В.Г., Зак Г.М. и др. Товароведение металлохозяйственных товаров и бытовых машин: Учебник для товароведных фак. экон. высш. учеб. заведений. — М.: "Экономика", 1966.

31. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров: Учебник для вузов. — М.: ИТК "Дашков и К'", 2003.

32. Микульский В.Г. Строительные материалы (материаловедение и технология): Учебное пособие. — М.: ИАСВ, 2002.

33. Николаева М.А. Товарная экспертиза. — М.: Деловая литература, 1998.

34. Петрище Ф.А. Долговечность и эффективность функционирования товаров хозяйственного назначения: Диссертация ... д-ра техн. наук. — М., 1993.

35. Сероштан М.В., Михеева Е.Н. Качество непродовольственных товаров: Учебное пособие для вузов. — М.: Изд. дом «Дашков и К°», 2000.

36. Склянный В.П. Типология потребления и требования к шелковым платьевым тканям для региона: Материалы науч. конф. 4.2. — М.: МКИ, 1992. С. 4—5.

37. Солодова Ю.П. и др. Драгоценные и поделочные камни. Учеб. пособие. — М.: МГРИ, 1984.

38. Типология потребления. ЦЭМИ АН СССР / Отв. ред. С.А. Айвазян. — М.: Наука, 1978.

39. Исикава К. Японские методы управления качеством. — М.: Экономика, 1998.

40. Фомин В.Н. Квалиметрия. Управление качеством. Сертификация: Курс лекций. — М: Ассоциация авторов и изданий «Тандем»; Изд. «Экмос», 2000.
41. Алексеев Н.С., Гонцов Ш.К., Кутянин Г.И. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: Учебник для студентов вузов обучающихся по специальности 351100 "Товароведение и экспертиза товаров" — М.: Экономика, 1988.
42. Алесковский В.Б. Физико-химические методы анализа: Учеб. пособие. — Л.: Химия, 1988.
43. Архангельский Н.А. Введение в товароведение промышленных товаров: Учебник для студентов торговых вузов. — М.: ГИТЛ, 1958.
44. Валова В.Д. Основы экологии: Учебное пособие. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИТК «Дашков и К"», 2002.
45. Галюк В.А. и др. Минералогия драгоценных и цветных поделочных камней: Учебное пособие. — М.: Изд. МИГРИ, 1981.
46. Гличев А.В. Основы управления качеством продукции. — М.: РИА "Стандарты и качество", 2001.
47. Гончаров Э.Н., Круг лов Е.Д. Статистические методы контроля качества продукции. — М.: Изд. стандартов. 1983.
48. Додонкин Ю.В. Таможенная экспертиза товаров: Учебник для студентов высших учебных заведений. — М.: Изд. центр «Академия», 2003.
49. Дурнев В.Д., Сапунов СВ., Федюкин В.К. Товароведение промышленных материалов: Учебник. — М.: Информационно-издательский дом "Филинь", 2002. —