

12. Рібцун Ю. В. Застосування компетентнісного підходу у спеціальній дошкільній освіті дітей із ОМЗ / Ю. В. Рібцун // Вісник Інституту розвитку дитини : зб. наук. пр. –Вип. 23. –К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. –С.115–120. –(Серія «Філософія. Педагогіка. Психологія»).
13. С. В. Лейко «ПОНЯТТЯ «КОМПЕТЕНЦІЯ» ТА «КОМПЕТЕНТНІСТЬ»: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ».
14. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков; под ред. Н. Ф. Татьянченко]. – М.: Альта-Пресс, 2005. – 1216 с.
15. Формування мовної особистості на різних вікових етапах : монографія / [Богуш А.М., Трифонова О.С., Кисельова О.І. та ін.] ; за ред. акад. А.М. Богуш. – Одеса : ПНЦ АПН України, 2008. – 272 с.
16. Хуторской А.В. Ключевые компетенции и образовательные стандарты [Электронный ресурс] / А. В. Хуторской // Эйдос.–2002. –23 апреля. –Режим доступа к изд. : <http://www.eidos.ru/journal/2002/0423.htm> .
17. Хуторской А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования / А. В. Хуторской // Ученик в общеобразовательной школе. – М. : ИОСО РАО, 2002. – с. 135–157.

Зозулич М.

Науковий керівник – доц. Сорока Т. П.

ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ІНФОРМАЦІЙНІ ЗНАКИ» В КУРСІ ТОВАРОЗНАВСТВА

Товарознавство є важливою навчальною дисципліною, яка формує профіль товарознавця. На сучасному етапі розвитку українського ринку товарів та послуг об'єктом діяльності фахівців є цілеспрямована діяльність щодо забезпечення ефективності технології торговельних процесів, ідентифікації товарів, управління асортиментом, проведення експертизи товарів і тари, удосконалення організації торгівлі та комерційної діяльності в цілому. Вивчення нормативної дисципліни «Товарознавство» передуює засвоєнню знань спеціальних розділів товарознавства харчових продуктів і товарознавства промислових товарів, що передбачає засвоєння студентами знань про інформаційні знаки.

Питання вивчення теми «Інформаційні знаки» в курсі товарознавства знайшли відображення в працях вітчизняних науковців. У дослідженні піднятої проблеми особливо важливими є наукові роботи А. Дубініної, Г. Дейниченко [6], Ю. Жука [7], І. Ліфіц [1], М. Ніколаєвої [2], Н. Орлової [3], Г. Пугачевського, Е. Стефаніка [4], І. Сирохман [5], Л. Титаренко [8], Т. Щербакової [6] та ін. Більшість вчених не акцентують увагу на вивченні інформаційних знаків студентами, зосереджуючись лише на загальній інформації з маркування товарів. Викладене вище обумовило актуальність проблеми та вибір теми дослідження.

Мета статті – обґрунтувати особливості вивчення теми «Інформаційні знаки» в курсі товарознавства.

В умовах ринкових відносин зростає роль інформації про товари, оскільки споживачеві важко розібратися в різноманітті існуючих і нових товарів і зробити правильний вибір. З іншого боку, інформація необхідна і для виробника продукції. Він повинен відстежувати виготовлення нових товарів, їх конкурентоспроможність для прийняття рішень про припинення виробництва окремих товарів і розробці нових. Товарознавство озброює студента знаннями, необхідними для виконання фахових товарознавчих функцій: приймання товарів; оцінки їхньої якості; створення необхідних умов зберігання тощо.

Важливою проблемою товарознавства, з якою ознайомлюються студенти, є маркування – текст, умовні позначки або малюнок, нанесені на пакування і (або) товар, а також інші допоміжні засоби, призначені для ідентифікації товару або окремих його властивостей, надання інформації про виготовлювача (виконавця), кількісні та якісні характеристики товару [6]. У маркуванні відображаються відомості про виробника, стандарти, яким відповідає товар, сертифікацію, гарантії виробника, термін служби товару та його споживчі властивості [8]. Інформаційну функцію маркування як один із засобів товарної інформації вважають основною [1]. Найбільша питома вага припадає на основну та споживчу інформацію, менша – на комерційну [7]. Ідентифікуюча функція забезпечує простежуваність товарних партій на всіх етапах руху товарів [4].

Студенти дізнаються, що маркування може включати три елементи: текст, малюнок і умовні позначки, або інформаційні знаки [2]. Ці складові відрізняються співвідношенням і сту-

пенем доступності товарної інформації, значним поширенням і функціями. До інформаційних знаків відносяться: товарні знаки, знаки відповідності та якості, компонентні знаки, експлуатаційні знаки, знаки найменування місця походження, попереджувальні знаки, штрихове кодування, розмірні знаки, маніпуляційні знаки, екологічні знаки [5].

Важливим для студентів є вивчення особливостей різних видів інформаційних знаків. Так, товарні знаки і знаки обслуговування – це позначення, що дають змогу відрізнити відповідно товари й послуги одних юридичних осіб від однорідних товарів і послуг (далі – товари) інших юридичних або фізичних осіб. Знаки найменування місць походження товару включають назву країни, населеного пункту, місцевості або іншого географічного об'єкта, що застосовують для позначення товару, особливі властивості якого винятково або переважно визначають характерні для цього географічного об'єднання природні умови або людські чинники або і ті й ті одночасно. До знаків найменування місць походження товару належать: знаки країни походження товару, населеного пункту, місцевості, історичної назви географічного об'єкта. Знаки країни походження товару поділяють на міжнародні та національні.

Загальновідомо, що штрихкод призначений для автоматизованої ідентифікації й обліку інформації про товар, закодованої у вигляді цифр і штрихів. Він наноситься на транспортну або споживчу тару багатьох імпортованих і вітчизняних товарів типографським способом або за допомогою етикетки або ярлика. Відповідно до вимог зовнішньоторговельних операцій наявністю штрихкоду на пакуванні товару – обов'язкова умова експорту.

Студенти дізнаються, що компонентні знаки призначені для інформування споживачів про харчові добавки або інші компоненти, що містяться у товарі. До найпоширеніших інформаційних знаків належать компонентні знаки, позначувані літерою «Е» і три- або чотиризначним цифровим кодом. Розмірні знаки застосовують для позначення конкретних фізичних величин, які визначають кількісну характеристику товару. В Україні розмірні знаки раніше не застосовували, а фізичні величини позначали повною назвою, однак з 1980 р. їх узгодили з Міжнародною системою одиниць фізичних величин.

Важливо, що експлуатаційні знаки призначені для інформування споживача про правила експлуатації, способи догляду, монтажу та наладки споживчих товарів. Їх наносять на етикетки, ярлики, бирки, пакування, контрольні стрічки або безпосередньо на товар. Попереджувальні знаки застосовують для забезпечення безпеки споживача та навколишнього середовища в разі експлуатації потенційно небезпечних товарів, інформуючи про небезпеку або зазначаючи дії щодо запобігання їй. Екологічні знаки (екознаки) призначено для інформування про екологічну чистоту споживчих товарів або екологічно безпечні способи їхньої експлуатації, застосування або утилізації.

Для студентів важливо дізнатися про особливості інформаційних знаків – стислість зображення, невелика площа розміщення на носії маркування за високої інформаційної ємності й, на жаль, меншої доступності інформації. Іноді інформаційні знаки бувають доступні професіоналам і потребують спеціального розшифрування. Стислість зумовлена тим, що в якості інформаційних знаків можуть виступати окремі слова, літери, цифри, рисунки та інші символи. Наочність інформаційних знаків зумовлена їхньою формою, кольором, поєднанням окремих символів, що відповідає естетичним вимогам споживачів. При цьому деякі фірми, продукцію яких призначено для конкретного сегмента споживачів, прагнуть у своїх знаках ураховувати саме їх інтереси. Швидке впізнавання інформаційних знаків досягають застосуванням символів, зображення яких розшифровують без спеціальних знань (зокрема міжнародні символи, що зображують на етикетках і пакуваннях текстильних виробів).

Отже, одним із засобів товарної інформації є маркування, воно виконує чотири основні функції – інформаційну, ідентифікаційну, мотиваційну та емоційну. Маркування у своєму складі містить декілька різновидів інформації: текст, малюнок та умовні позначення. інформаційні знаки являють собою умовне, легко впізнаване позначення, що використовується для ідентифікації товару або окремих його властивостей. До інформаційних відносяться знаки походження товару, відповідності, якості, товарні, експлуатаційні, маніпуляційні, попереджувальні та ін. Інформаційні знаки, що охоплюють великий блок інформаційних даних про товар.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт–М, 2001. – 224 с.
2. Николаева М. А. Товароведение потребительских товаров : теоретические основы : учебник / М. А. Николаева. – М. : Норма, 2006. – 284 с.
3. Орлова Н. Я. Теоретичні основи товарознавства. Продовольчі товари : практикум / Н. Я. Орлова. – К. : КНТЕУ, 2008. – 295 с.
4. Пугачевський Г. Ф. Товарознавчі аспекти штрихового кодування продукції / Г. Ф. Пугачевський, Е. М. Стефаник. – К. : Укоопосвіта, 2000. – 154 с.
5. Сирохман І. В. Товарознавство пакувальних товарів і тари : підручник / І. В. Сирохман. – К. : ЦНЛ, 2005. – 317 с.
6. Теоретичні основи товарознавства : навч. посіб. / А. А. Дубініна, Г. В. Дейниченко, Т. В. Щербакова та ін. – Харків : ХДУХТ, 2014. – 180 с.
7. Теоретичні основи товарознавства : підручник / за ред. Ю.Т. Жука. – Львів : Компакт-ЛВ, 2009. – 480 с.
8. Титаренко Л. Д. Теоретичні основи товарознавства / Л. Д. Титаренко. – К. : ВЦУ, 2003. – 182 с.