

ВИДЫ МАРКИРОВКИ ПРОДУКЦИИ И ЕЁ ФУНКЦИИ

Студентка гр. 101041-18 Паутина М. А.

Научный руководитель – ст. препод. Якубовская Т.Л.

Маркировка – текст, условные обозначения или рисунок, нанесённые на упаковку и/или товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях, количественных и качественных характеристик товара. Грамотно составленная маркировка товаров напрямую влияет на достижение наибольшей эффективности в работе с товаром (ускоряют процесс до 95%). Маркировка должна соответствовать требованиям стандартов и других нормативных документов.

Основные функции маркировки: информационная (доведение до заинтересованных субъектов всех необходимых сведений о товаре); идентифицирующая (доведение до потребителей, продавцов, экспертов и контролирующих органов информации, позволяющей идентифицировать товары, то есть установить их соответствие действующим законам, ГОСТам, договорам); мотивационная и эмоциональная (воздействие маркировки товара на психоэмоциональное состояние потребителей для удовлетворения эстетических потребностей, а также мотивации покупки).

Главной проблемой в данной области являются дополнительные расходы: на покупку оборудования и программного обеспечения, обучение персонала. В среднем продукция подорожает на 15-20%. Однако, маркировка товаров обеспечивает наилучший оборот продукции и помогает уменьшить затраты, связанные с оформлением заказов и регистрацией документов. Также маркировка поможет справиться с наличием контрафактной продукции на рынке.