

РАЗОМ З ВИРОБНИКАМИ І СПОЖИВАЧАМИ

діяльність, пов'язану із здобуттям кваліфікації у галузі культури і мистецтва;

- *коледж* — ВНЗ другого рівня акредитації або структурний підрозділ ВНЗ третього або четвертого рівня акредитації;
- *технікум (училище)* — ВНЗ першого рівня акредитації.

Зазвичай фахівець вищої кваліфікації формується під час здобуття ним вищої освіти за ОКР бакалавр, спеціаліст та магістр. Наведемо коротку характеристику цих ОКР вищої освіти та посадових функцій, які може виконувати особа, що одержала диплом відповідного ОКР.

Бакалавр — ОКР вищої освіти особи, яка на основі повної загальної середньої освіти здобула базову вищу освіту, фундаментальні і спеціальні уміння та знання щодо узагальненого об'єкта праці (діяльності), достатні для виконання завдань та обов'язків певного рівня професійної діяльності, що передбачені для первинних посад у певному виді економічної діяльності.

Підготовка фахівців ОКР бакалавр може здійснюватися на основі ОКР молодший спеціаліст, спеціальність якого включена в той самий напрям підготовки, що і напрям підготовки бакалавра (після завершення навчання в технікумі або коледжі).

Підготовка бакалаврів здійснюється за освітньо-професійними програмами, які відповідають напрямку підготовки. Напрями підготовки є складовими галузі знань. Наприклад, спеціальність «Машини і технології пакування», за якою готують фахівців ОКР спеціаліст та магістр, включена в напрям підготовки бакалавра інженера-механіка. Цей напрям підготовки відповідає галузі знань «Машинобудування та матеріалобробка».

Залежно від знань, умінь та навичок, якими володіє бакалавр у певній галузі знань, та відповідно до державного класифікатора професій (ДК003-95), він може виконувати таку професійну роботу:

- майстер з ремонту технологічного обладнання;
- майстер виробничої дільниці та цеху;
- технік-конструктор;
- механік виробничої дільниці, цеху, виробництва;
- наладчик машин та ліній автоматичної дії;
- технолог цеху, виробництва;
- оператор машин та ліній автоматичної дії;
- лаборант-дослідник;
- молодший спеціаліст у галузі освіти;
- інструктор з експлуатаційних, виробничо-технічних та організаційних питань;
- методист;
- представник торговельний;
- фахівець з інтелектуальної власності;
- помічник керівника малого підприємства без апарату управління та керівник основного підрозділу;
- організатор постачання та збуту;
- інспектор технічний та інші.

Таким чином, диплом бакалавра дає право випускнику під час працевлаштування займати такі професійні посади, які передбачають наявність вищої освіти відповідно до їхніх кваліфікаційних вимог. Поряд із цим диплом бакалавра дає право продовжувати навчання для одержання ОКР спеціаліст, магістр.

Якщо у вас виникло бажання більш детально ознайомитися із проблемами підготовки фахівців вищої кваліфікації для пакувальної індустрії, звертайтеся в редакцію журналу «Упаковка» (E-mail: upakjour@nbi.com.ua; тел.: 0 (44) 517-23-23, 517-23-83). *У*



Стандартизація

Грамотное маркирование — залог эффективной упаковки для продукции

В условиях современного конкурентного рынка производителям приходится учитывать все, что может привлечь внимание потребителя. Эффективная маркетинговая стратегия, основанная на достоверных исследованиях, является важнейшим инструментом борьбы за первые места в рейтинге потребительских предпочтений. Каждый день рынок диктует новые правила, соответствие которым определяет сильнейших в конкурентной борьбе.

Как же стать ближе к покупателю? Как донести ему максимум информации о своем продукте? Важнейшую роль здесь играет упаковка — несомненно, мощнейший инструмент воздействия на потребителя. Именно от правильно разработанной упаковки напрямую зависит эффективность технологического продвижения продукции. Чтобы добиться максимального эффекта, нужно помнить: упаковка должна в полной мере соответствовать характеристикам продукта, а также содержать информацию, которая раскрывает его свойства и каче-

ства. В этих условиях большое значение имеет качественное и грамотное маркирование товара с применением этикеток, ярлычков, штрихового кодирования и других средств.

Маркирование — это способ передачи потребителям информации, которая важна для принятия ими решения о покупке и которую нельзя получить, просто посмотрев на товар. В этом смысле маркирование является жизненно важным компонентом коммуникации между предприятием и потребителем, так как позволяет выделить продукт среди ему подобных. Благодаря маркированию потребитель получает ответы на интересующие его вопросы. Например, покупая пищевые продукты, он обращает внимание на то, какие ингредиенты входят в состав продукта, содержатся ли в нем аллергены, какова его энергетическая ценность и т. д. Важным является тот факт, что маркирование предназначено не только для потребителя, но и для организаций, занимающихся перевозкой, хранением и реализацией произведенной



visual technologies®

**Залиште свій логотип
на холодильнику
вашого споживача!**

**Виготовлення
магнітів
будь-якої
складності.**

тел.: 38 (057) 728-18-60
факс: 38 (057) 728-18-61
e-mail: sales@vt.kh.ua
web: www.vt.kh.ua

Гаряча лінія: 0-686-40-40-40

продукції. Применение маркировки в виде штрихкодов значительно облегчает отслеживание продвижения продукции со склада производителя по всем этапам до конечного потребителя. Наличие штрихкодов позволяет автоматизировать процесс учета товара и контроля его реализации. Современное маркировочное оборудование дает возможность совмещать информационную нагрузку и рекламные функции. Если говорить о маркировке в виде самоклеющихся или других этикеток, то сегодня ее можно выполнить в любом цвете, сделать яркой и заметной, тем самым обеспечив продукции узнаваемость и возможность привлечь внимание потребителя. Для нанесения информации на все виды этикетки и упаковки идеально подходит флексографский способ печати, сфера применения которого стремительно расширяется. Флек-

сографская печать не имеет себе равных по технологической гибкости, так как совмещает в себе сильные стороны высокой и офсетной печати. Ее использование дает возможность нанести многоцветный рисунок и текстовую информацию на гибкий самоклеющийся материал разной формы и получить высокое качество изображений независимо от того, что это за материал: бумага, картон, полиэтилен или другие полимеры, фольга или даже ткань. Существует множество полиграфических компаний, которые помогут разработать индивидуальный дизайн и напечатать этикетки.

В случае если нужно выполнить маркировку продукции самостоятельно, помощником станет специализированный принтер для нанесения информации на этикетки. Они бывают как мобильные, если данную операцию необходимо производить в месте, где это необходимо, так и стационарные, которые, в свою очередь, делятся на классы от начального до промышленного. При этом используются термо-трансферная печать и термопечать.

Если объемы производства невелики, а требования к интенсивности печати невысоки, то оптимальным выбором печатающего устройства становятся принтеры начального класса. Их стоимость весьма доступна, а минимальный набор выполняемых функций вполне удовлетворит потребности небольшого магазина или склада и поможет получить все преимущества использования при невысоких затратах. Принтеры для печати этикеток начального класса обладают сравнительно небольшими размерами, благодаря чему не требуют каких-либо дополнительных усилий при установке, а также очень просты в эксплуатации и обслуживании. Говоря об оборудовании для маркирования, необходимо подробнее остановиться на принтерах среднего и промышленного класса, которые являются надежной платформой для успешного развития бизнеса. Принтер среднего класса — это оптимальное решение для маркирования продукции в малом и среднем бизнесе независимо от области деятельности предприятия — от продуктового магазина до огромного склада. Это функциональный и очень надежный прибор, применение которого дает возможность печатать этикетки и штрихкоды в довольно значительном количестве, не затрачивая внушительных сумм на приобретение промышленных принтеров.

Промышленные принтеры, в свою очередь, являются одними из наиболее востребованных на рынке принтеров для печати этикеток. Прочный корпус надежно предохраняет от любого внешнего механического воздействия, а система защиты от пыли и влажности дает возможность использовать их непосредственно в производственных помещениях, экономя время и средства на транспортирование. Кроме того, принтеры промышленного класса могут оснащаться многими дополнительными устройствами, в значительной степени облегчающими работу пользователя.

Итак, что же является важнейшим элементом стратегии продвижения товара? Что есть залог успешного «диалога» между покупателем и производителем? Ответ предельно ясен — это упаковка с грамотной маркировкой, которая обеспечит успех продукции на этапе его встречи с потребителем. *J*

Л.М. Гуднина, ЦШК «Гексагон-Украина»

