



дів, спеціально одягу та інших предметів, виданих підприємством, установою, організацією працівників в користування.

Письмові договори про повну матеріальну відповідальність можуть бути укладені підприємством, установою, організацією з працівниками (що досягли вісімнадцятирічного віку), які займають посади або виконують роботи безпосередньо пов'язані із зберіганням, обробкою, продажем (відпуском), перевезенням або застосуванням у процесі виробництва переданих їм цінностей. Перелік таких посад і робіт, а також типовий договір про повну індивідуальну матеріальну відповідальність затверджується в порядку, який визначається Кабінетом Міністрів України.

Покриття шкоди працівниками в розмірі, що не перевищує середнього місячного заробітку, провадиться за розпорядженням власника або уповноваженого ним органу, а керівниками підприємств, установ, організацій та їх заступниками – за розпорядженням вищого в порядку підлеглості органу шляхом відрахування із заробітної плати працівника.

Розпорядження власника або уповноваженого ним органу, або вищого в порядку підлеглості органу має бути зроблено не пізніше двох тижнів з дня виявлення заподіяної працівником шкоди і звернено до виконання не раніше семи днів з дня повідомлення про це працівникові. Якщо працівник не згоден із відрахуванням або його розміром, трудовий спір за його заявою розглядається в порядку, передбаченому законодавством.

У решті випадків покриття шкоди провадиться шляхом подання власником або уповноваженим ним органом позову до районного, районного у місті, міського чи міськрайонного суду.

Стягнення з керівників підприємств, установ, організацій та їх заступників матеріальної шкоди в судовому порядку провадиться за позовом вищого в порядку підлеглості органу або за заявою прокурора [4].

Таким чином, матеріальна відповідальність працівників – це один із видів юридичної відповідальності, що виражається в обов'язку працівників повністю або частково покрити матеріальну шкоду, що була заподіяна з їх вини.

Працівники, з вини яких заподіяно шкоду, несуть матеріальну відповідальність у розмірі прямої дійсної шкоди, але не більше свого середньомісячного заробітку та відповідно КЗпП договори про повну матеріальну відповідальність укладаються лише в письмовій формі.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. <http://uceba.name/managment/>. 2. Конституція України, із змінами, внесеними згідно із Законом № 586-VII від 19.09.2013. – Х., 2000. 3. Кодекс законів про працю: офіційне видання. – К. : Концерн "Видавничий дім "Ін Юре", 2008. 4. Кодекс Законів про Працю України з постатейними матеріалами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lib.ua-ru.net/content/860.html>. 5. Малярєвський Ю. Д. Бухгалтерський облік : навч. посібн. / Ю. О. Малярєвський ; під заг. ред. Тютюнника П. С. – Х. : Вид. "ІНЖЕК", 2008. – 504 с.

УДК [006.063:658.788.4](477)

Іванова В. Є.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім С. Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ СЕРТИФІКАЦІЇ, МАРКУВАННЯ, ЕТИКУВАННЯ ТА ШТРИХ-КОДУВАННЯ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

Анотація. Розкрито актуальність теми, обґрунтовано мету, завдання та об'єкт дослідження. Розкрито основні особливості сертифікації, маркування, етикетування та штрих-кодування товарів в Україні.

Аннотация. Раскрыта актуальность темы, обоснованы цель, задачи и объект исследования. Раскрыты основные особенности сертификации, маркировки, этикетирования и штрих-кодирования товаров в Украине.

Annotation. The relevance of the topic is revealed the goal, the task and the object of the study are grounded. The main features of the certification, marking, labeling, and bar coding in Ukraine are described.

Ключові слова: продукція, послуги, документ, торгівля, інформація, покупець, організація.



Актуальність даного дослідження має сучасний характер. На ринку присутні безліч товарів як високої, так і низької якості. Захистити споживача від несумлінності виробника і продавця неякісної або фальсифікованої продукції призначена була сертифікація, маркування, етикування та штрих-кодування.

Сертифікація, маркування, етикування та штрих-кодування враховує інтереси протилежних сторін у ролі своєрідного арбітра в отриманні об'єктивної оцінки якості продукції. Сьогодні на ринку представлений широкий асортимент різних товарів, а внаслідок цього споживач став більш грамотний щодо товарної інформації, що надається на упаковках товарів. Тому випробування й ухвалення рішення за їх результатами не можуть бути довірені ні споживачеві, ні виробнику, а доручається третій незалежній стороні – організації, чия компетентність, незалежність і об'єктивність визнані офіційно.

У тих випадках, коли продукція може становити небезпеку для життя і здоров'я людини, його майну або навколишньому середовищу, сертифікація, маркування, етикування та штрих-кодування регулюється і контролюється виключно державою.

Пошуком напрямів вирішення проблемних питань із сертифікацією, маркуванням, етикуванням, та штрих-кодуванням були такі вчені, як: Громов С. Ф., Беляєв Г. С., Харченко В. Д., Сенченко Г. В., Тестелець Я. Г., Кононенко В. В., Гончаров М. В., Дубровський Д. М., Ткаченко Т. І., Кірейцев Г. Г., Чумаченко М. Г., Горовий Д. Д., Хмелевський А. М., Акчурин В. А., Сильвер Д. Б., Д. Коллінз, Д. МакДауэлл, С. Вудланд та ін. [1, с. 8].

Метою дослідження є розкриття особливостей сертифікації, маркування, етикування та штрих-кодування товарів в Україні, що зумовлено особливістю їх діяльності.

Для досягнення поставленої мети було вирішено такі завдання: виділено особливості, притаманні сертифікації, маркуванню, етикуванню та штрих-кодуванню; підтвердження показників характеристик та властивостей продукції, процесів, послуг на підставі випробувань; підтвердження відповідності даної продукції, процесу або послуги обов'язковим вимогам стандарту.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення продукції за допомогою сертифікації, маркування, етикування та штрих-кодування.

Предметом дослідження виступають сертифікація, маркування етикування та штрих-кодування товарів як спосіб захисту.

В Україні сертифікацією є процедура, за допомогою якої визнаний в установленому порядку уповноважений орган документально підтверджує відповідність продукції, систем управління якістю, систем управління навколишнім середовищем, систем управління охороною праці, персоналу, встановленим законодавством вимогам, що діють в Україні [2, с. 270].

Сертифікація є надзвичайно важливим елементом захисту продукції. Основною метою сертифікації є передусім, запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища та сприяння споживачеві у компетентному виборі продукції. Так, відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів", продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність та/або сертифіката відповідності, виданих згідно із законодавством.

Сертифікація дозволяє підтвердити відповідність певним стандартам та забезпечити якість та безпеку продукції, що виступає предметом експорту-імпорту.

Товарне маркування є першим інформаційним блоком, з яким зустрічається споживач при покупці товару, і містить усю основну інформацію.

При цьому маркування товарів повинно бути:

1) чітким і розбірливим, виділятися або розміщатися на тлі, контрастному відносно кольору упаковки (виробу);

2) стійким до впливу кліматичних факторів;

3) зберігатися протягом усього допустимого терміну використання товару;

4) достатнім для забезпечення безпечного поводження з товарами.

Текст є найбільш поширеним елементом, найбільш доступним для споживачів та інших суб'єктів ринкових відносин. У тексті товарного маркування можуть бути використані всі форми товарної інформації. До нього пред'являються вимоги відповідно до Закону РФ "Про захист прав споживачів", ГОСТ Р 51074-2003 "Продукти харчові. Інформація для споживача", а також ГОСТами на маркування груп непродовольчих товарів [3, с. 24].

Маркування буває:

Виробниче – маркування, що наноситься підприємством-виробником товарів і регламентується в першу чергу ФЗ "Про захист прав споживачів" та чинними технічними регламентами на продукцію.

Торгове – маркування, що наноситься постачальником або продавцем товарів (послуг).

Штрих-код – це машиночитаний символ, що наноситься на товар або його упаковку у вигляді темних і світлих смуг. Цифри під штрихами – це цифровий еквівалент коду.

Комп'ютер за допомогою сканера зчитує і перетворює графічну інформацію в цифрову. Програмне забезпечення по конкретному штрих-коду дозволяє оперативно ідентифікувати товар, провести облік кількості товарних запасів та розрахунки при продажу/купівлі товару.



Основні функції штрих-коду – це автоматична ідентифікація товарів, автоматичний облік і контроль товарних запасів.

Для утворення коду застосовують реєстраційний та класифікаційний порядок. Реєстраційне кодування здійснюється порядковим номером. Це найпростіший метод і кодовими позначеннями в цьому випадку є натуральні числа. Різновидом цього методу є серійно-порядковий метод [4, с. 27].

На сьогоднішній день етикетка на продуктах харчування є цілим маркетинговим інструментом. І справді, на етикетку покладено цілий комплекс завдань, пов'язаних із просуванням товару для споживачів, підтримкою бренда, а також інформуванням покупців про склад і масу продукту, термін придатності та умови зберігання.

Вибір етикетного матеріала здійснюється залежно від умов зберігання і поверхні продуктів: при різних зовнішніх впливах читабельність етикетки повинна завжди зберігатися; хімічний склад етикетки повинен бути підібраний таким чином, щоб не взаємодіяти з продуктами.

Залежно від виду продуктів харчування застосовуються різні види етикетки: для заморожених рибних, м'ясних та морепродуктів застосовують термопапір. Такий матеріал не втрачає властивостей від впливу низької температури та вологості;

для рибних консервів, з етикеткою наклеєною зверху тари, застосовують плівкові матеріали, на яких не буде видно плями жиру, і які не ушкодяться при транспортуванні;

для коробок із морозивом оптимальним буде використання плівкової етикетки, що є стійкою до дії вологи і зберігає зовнішній вигляд.

Етикетка є одним із основних способів залучення уваги покупця і спонукання його до покупки. Компанія – сукупність технологій, досвіду й оптимальних цін. А етикетки дійсно зроблять продукцію яскравою та привабливою [5, с. 448].

Отже, було розглянуто, особливості сертифікації, маркування, етикування та штрих-кодування товарів в Україні. Кожен із цих способів доповнює один одного, оскільки за допомогою сертифікації надається документ в якому сказано проішов товар усі норми якості чи ні, за допомогою маркування можна дізнатися характеристику товару, а штрих-код використовують для ідентифікації товару. З кожним роком технології покращуються, тому зростає оперативність доставки, спрощення складського обліку, повний контроль над переміщенням продукції всередині підприємства та на шляху прямування. Особливістю сертифікації товарів усіх видів є участь у них спеціальних випробувальних лабораторій, що мають акредитацію – офіційне визнання державним органом їх компетентності виконувати роботу в певній галузі оцінки відповідності досліджуваних товарів вимогам чинних ГОСТів або регламентів. Особливістю етикетки те, що вона є "обличчям" товару, його паспортом, і надійною рекламою. Саме тому виробники продукції замовляють етикетки привабливого дизайну, з усією необхідною інформацією про склад продукту, місце і дату виробництва, термін придатності і, за необхідності, про особливості використання. Крім того, етикетка має відповідати ще й такій вимозі: її нанесення не повинно гальмувати виробничий процес. Із цією метою й були винайдені самоклеючі етикетки, які наносять на вироби за допомогою етикетувальних автоматів. За допомогою штрих-кодування можна дізнатися країну-виробника, відстежувати оперативні зміни розмірів запасів на складах, в оптовій чи роздрібній сітці, скорочення часу обслуговування покупців.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Журнал "Торгове обладнання". – 2010. – № 6. – С. 8. 2. Лифиц И. М. Основы стандартизации, метрологии и сертификации / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт, 2012. – 270 с. 3. Етапи митного оформлення // Бюлетень "Практична енциклопедія бухгалтера. Валюта. Експорт. Імпорт", у редакції змін за листопад 2011 року. – С. 24. 4. Медведев А. М. Про технічне законодавство ЄС / А. М. Медведев // Стандарти і якість. 2012. – № 5. – С. 27. 5. Безпека життєдіяльності : підручник для вузів / за ред. С. В. Белова. – 3-тє вид. – К., 2012. – С. 448.

УДК 657.44

Глощинська А. С.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім С. Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ ЗНИЖОК

Анотація. Розглянуто знижки та розпродажі, що є невід'ємною частиною сучасного ділового життя – вони є своєрідним інструментом із залучення нових покупців, збільшення рівня продажів, заохочення постійних клієнтів.

© Глощинська А. С., 2013