

УДК 023:002.325

Особливості штрихкодуювання продовольчих та непродовольчих товарів підприємствами торгівлі

Олійник О.С.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки підприємства
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Однією із особливостей штрихкодуювання товарів підприємств торгівлі є те, що при наявності на товарах штрихкоду новий штрихкод на товар не проставляється, а на товар без штрихкоду підприємство маркує його внутрішнім кодом. Для спрощення кодування розфасованих товарів їх пакування здійснюється на спеціальних електронних вимірювальних комплексах, що забезпечують друк етикеток з внутрішніми штрихкодами.

Ключові слова: штрихкод, продовольчі та непродовольчі товари, підприємства торгівлі, особливості, спеціальні електронні вимірювальні комплекси.

Олейник О.С. ОСОБЕННОСТИ ШТРИХКОДИРОВАНИЯ ПИЩЕВЫХ И НЕПИЩЕВЫХ ТОВАРОВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ТОРГОВЛИ

Одной из особенностей штрихкодирования товаров предприятий торговли является то, что при наличии на товарах штрихкода новый штрихкод на товар не проставляется, а на товар без штрихкода предприятие маркирует его внутренним кодом. Для упрощения кодирования расфасованных товаров их упаковки осуществляется на специальных электронных измерительных комплексах, обеспечивающих печать этикеток с внутренними штрихкодами.

Ключевые слова: штрихкод, пищевые и непродовольственные товары, предприятия торговли, особенности, специальные электронные измерительные комплексы.

Oliynyk O.S. THE PECULIARITIES OF BAR CODING OF FOOD AND NON-FOOD GOODS BY TRADING COMPANIES

One of the characteristics of goods bar coding provided in the presence of bar code on goods is the fact that new bar code is not stamped on a product, and the goods without a bar code are marked with the internal code by the company. To simplify coding of packaged products the packaging is made on special electronic measuring system, providing printing labels with internal bar codes.

Keywords: bar coding, of food and non-food goods, trading companies, characteristics, special electronic measuring system.

Постановка проблеми. Підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі залежить від багатьох факторів, основними із яких є покращення рівня продуктивності праці та реалізації продукції високої якості. Для забезпечення даних факторів підприємства виконуючи цілу низку чинних законодавчих актів застосовують штрихове кодування всіх видів товарів, використовуючи різні види відповідної техніки, що в свою чергу і являється своєрідною проблемою сьогодення, маючи свої важливі наукові чи практичні завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження Боженко Л., Оскольського В. та Татарчук Л. привели нас до думки, що в період сьогодення даним питанням займаються більш економісти-практики, чим економісти-науковці, а тому з точки зору наукового дослідження дане питання необхідно терміново досліджувати.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Нагальна потреба у забезпечення підприємство відповідною технікою, при допомозі якої інформація про товар оперативно в достовірно зчитувалася.

Формулювання цілей статті. Основною ціллю статті являється приділити увагу як науковців так і практиків, щодо ефективного застосування штрихового кодування товарів.

Виклад основного матеріалу. Питання покращення якості товарів залишається бути актуальним в продовж не одного десятиліття в різних країнах світу, що в свою чергу стало передумовою щодо утворення та здійснення постійного забезпечення ідентифікації будь-якого товару міжнародною системою ідентифікації. Дана ідентифікація забезпечує однозначність товару не залежно від його характеристик, походження, призначення та застосування.

Штриховий код має неоднозначне визначення, а саме: по-перше штриховий код – це комбінація послідовно розміщених паралельних штрихів та проміжків між ними, розміри та розміщення яких встановлено певними правилами [1]. По-друге штриховий код являє собою послідовність штрихів і проміжків між ними (зазвичай вертикальних), за допомогою яких кодуються цифри, букви і інші знаки [2, с. 102]. По-третє це комбінація вертикальних смуг і цифр (розташування яких регламентовано певними правилами), що являє собою той чи інший товар у законодавчому вигляді [3].

Таким чином, ми можемо відмітити що штрихове кодування товарів це стратегічна схема розміщення вертикальних штрихів та відповідних проміжків між ними, що утворюють певну комбінацію, розміри та розміщення яких встановлено певними правилами.

Україна теж, являється членом міжнародної асоціації товарної нумерації EAN international і її представником є нумерувальна організація «ЄАН-Україна». Відповідно до Постанови КМ України №574 у 1996 р. в Україні введено маркування товарів штриховими кодами суб'єктами підприємницької діяльності [4]. На підставі даної Постанови товари маркуються штрих-кодами EAN, які присвоює їм нумерувальна організація «ЄАН-Україна».

Відповідно до правил здійснення зовнішньоторговельних операцій, що склалися, наявність штрихового коду є обов'язковою умовою здійснення експортних поставок. Товар, який не має штрихового коду не може бути прийнятий торговою фірмою. Останнє обумовлене тим, що відсутність штрихкоду не дозволяє на належному рівні здійснювати управління рухом товару, що припускає:

- ідентифікацію товару з повною автоматизацією;
- облік і контроль товарних запасів теж автоматизується;
- рух товару здійснюється за допомогою оперативного управління;
- обслуговування покупців здійснюється з підвищеним рівнем культури;
- маркетингові дослідження забезпечуються інформаційно.

Використання штрихового коду на упаковці або етикетці стало обов'язковою умовою здійснення зовнішньої торгівлі. При цьому застосування штрихового коду є економічно виправданим, при наявності його не менше ніж 85% товарів, що пропонуються.

Штриховий код широко використовується в багатьох країнах світу, а в деяких розвине-

них країнах він досягає надто високих рівнів – 70%.

Загалом штрихове кодування Системи «ЄАН-Україна» має на меті:

1. Утворення відповідних для впровадження в Україні інформаційних технологій автоматичної ідентифікації та електронного обміну даними і створення інформаційної бази для контролю та управління товарно-грошовим обігом, удосконалення систем обліку продукції;

2. Підвищення конкурентоспроможності товарів на вітчизняному та зарубіжному ринках;

3. Скорочення часу товарообігу за рахунок застосування електронних засобів обліку при виробництві товару, його складуванні, транспортуванні, реалізації та звітності державним органам.

Так, як штрихи та цифровий код являються складовими штрихованого коду товару, і штрихи поділені на крайові й центральні з різною довжиною, а цифровий код це сукупністю груп кодів, а саме: коду країни виробника товару, коду виробника товару, коду товару, контрольної цифри, що використовується для контрольної функції і є розрахунковою та специфічним кодом – знаком товару, яка вказує що діяльність, пов'язана з продажем чи виготовленням цього товару, дозволена додатковим дозволом, а саме являється ліцензійною, і на нього отримання ліцензії, то п'ять цифр коду товару розкривають його не повторність, так перша цифра відповідає найменуванню товару, друга – його споживчі якості, третя – розмір товару чи його масу, четверта – інгредієнти товару, п'ята – колір товару.

Штрих-коди поділяються на три види: штриховий код EAN – для країн Європи; штриховий код UPC – для країн Американського континенту; внутрішній штриховий код EAN, що діє на території певної країни.

Одним напрямком спрощення роботи в торгівлі є використання штрих кодів, присвоєння яких відбувається у відповідності до Постанови КМУ №574 [4]. Загалом різновидність штрихового кодування дозволяє підвищити ефективність роботи, захист товару та полегшення її управлінням.

Для покращення організації роботи на підприємствах торгівлі виникла необхідність оснастити спеціальними технічними засобами штрихового кодування, а саме ручними й стаціонарними сканерами, терміналами збирання й накопичення інформації, принтерами етикеток зі штрих кодами тощо.

Застосовуючи штрихове кодування в торгівельних підприємствах необхідно звернути особливу увагу на продукцію виробників різних товарів, так як якість друку штрихкоду в тій чи іншій друкарській фірмі може бути різне і не відповідати геометричним і оптичним характеристикам штрихового кодування, його розташування на товарі, а також не передбачає відповідним вимогам кодування.

З метою забезпечення відповідності оригіналу штрихового коду і зображення на етикетках необхідно виробнику товарів подавати друкарській фірмі зображення штрихкоду в електронному вигляді і про це повідомляти торговельним підприємствам. Якість даної операції перевіряється на спеціальному пристрої – верифікаторі, а дана операція називається – верифікація, і при наявності у виробника товарів протоколу верифікації торговельне підприємство не буде в подальшому мати якісь неприємності в роботі із застосуванням автоматизованих торговельних процесів, що зчитують штриховий код товарів.

Однією із особливостей штрихкодування товарів підприємств торгівлі є те, що, при наявності на товарах штрихкоду, новий штрихкод на товар не проставляється, а товар без штрихкоду підприємство маркує його внутрішнім кодом. Для спрощення кодування розфасованих товарів їх пакування здійснюється на спеціальних електронних вимірювальних комплексах, що забезпечують друк етикеток з внутрішніми штрих кодами.

При продажу товарів виникає необхідність у застосуванні ваговимірювальних або вагокасових комплексів чи електронних терез, які друкують етикетки зі штрих кодами. До таких товарів можуть відноситись вагові товари, а саме салати, сири, печиво, цукерки тощо. Фасовані товари в сітки, маркуються етикетками зі штрих кодами, що прикріплюються до сітки, або до стрічки шпагату, яким зав'язується пучки.

Так, тепер на підприємствах торгівлі можливе підключення штрихкодових принтерів до електронних ваг – і відповідно тоді друкований код містить артикул, внутрішній код і вагу товару.

За допомогою принтера штрихкоду можливий друк штрихкоду як на чистих етикетках, так і додруковування змінної інформації на етикетки з попереднім друком. При цьому, необхідна продуктивність друку забезпечується широким різноманіттям модельного ряду принтерів. Програмне забезпечення, яке додається до деяких моделей, дає можливість самостійно розробити макет етикетки,

що включає графічну інформацію (наприклад, логотип фірми). Для деяких товарів, наприклад, медичних, може виникнути необхідність надрукувати етикетку невеликого розміру. У цьому випадку вона повинна бути підвищеної чіткості. Чіткість залежить від роздільної здатності друку, яке вимірюється кількістю точок на дюйм або dpi.

При продажі непродовольчих товарів, таких художніх промислів та товари без упаковок на них прикріплюються етикетки з внутрішніми штрих кодами. При продажу тканин, лінолеумів, будівельних матеріалів, дрібних господарських товарів етикетки до них прикріплюються до упаковки або видаються покупцю.

При продажу товарів, що не мають упаковки, етикетка з внутрішнім штрихкодом наноситься на загальну упаковку.

В зв'язку з особливостями продажу товарів промислової і не промислової групи у процесі щоденної діяльності торгових підприємств можуть виникнути помилки, а саме – при застосуванні внутрішніх кодів товарів ідентифікаційні номери з префіксами які, забезпечують однозначну нумерацію в межах України, тому підприємства вимушені перемаркувати такі товари, використовуючи Рекомендації по застосуванню внутрішніх штрихових кодів для маркування на підприємствах сфери торгівлі, затверджені наказом МЗЕЗ торгу України від 26.06.98 р. №383 [5] та Правила з введення штрихового кодування у сфері торгівлі, затверджені наказом МЗЕЗ торгу України від 26.03.97 р. №196 [6] і Правила з введення штрихового кодування у сфері торгівлі [7].

Низка діючих нормативних документів України передбачає обов'язкове маркування товарів штриховими кодами.

Хоча вимоги нормативних документів не охоплюють усіх товарів, обов'язкову наявність штрихового коду на товарі зумовлюють потреби сучасних підприємств оптової та роздрібною торгівлі. Підприємство торгівлі просто не матиме змоги обліковувати товар без штрихового коду.

Висновки. В умовах конкурентного середовища значна частина інформації повинна бути оперативною, а також недоступною для її використання спеціально нерегламентованими користувачами. Таку можливість нам дає штрихове кодування, тобто графічне зображення штрихів і пробілів, що значною мірою полегшує облік і контроль матеріальних засобів. В останні роки набуло широкого поширення штрихове кодування в багатьох

країнах світу, а також в Україні і найпопулярнішим кодом на сьогодні є 13-розрядний європейський код EAN-13, наявність якого на упаковці дає можливість організувати ефективний контроль за походженням товарів, починаючи з пакувальної лінії, завершуючи складом магазину. Застосування штрихового кодування дозволяє значно поліпшити такі процеси як – виробництво товарів (сорткування, підрахунок, контроль над запасами,

добірку і відвантаження товарів); оптова торгівля (отримання товарів, контроль над запасами, відвантаження, розрахунок); робота транспортної служби (отримання товарів, відбір і відвантаження); а також роздрібною торгівлі (отримання товарів, відвантаження зі складу і контроль над запасами). Останнім часом штрихове кодування стало відігравати велику роль не тільки в специфічних сферах, але і в нашому повсякденному житті.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Боженко Л.І. Управління якістю основи стандартизації та сертифікації продукту (укр. яз) Начальний посібник // Львів «Афіша» 2001. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nashaucheba.ru/v 25267>.
2. Оскольский В.В. Во всемирной системе стандартов префикс «482» – визитная карточка Украины. – К.: Изд. Дом «Світ знань», 2006. – 172 с.
3. Татарчук Л. З досвіду впровадження технології штрихового кодування в Державній науковій сільськогосподарській бібліотеці Української академії аграрних наук. Минуло майже десять років з початку впровадження. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis.
4. Постанова КМУ №574 – Постанова КМУ від 29.05.96 р. №574 «Про введення штрихового кодування товарів». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4581-13>.
5. Рекомендації №383 – Рекомендації по застосуванню внутрішніх штрихових кодів для маркування товарів на підприємствах сфери торгівлі, затверджені наказом МЗЕЗ торгу України від 26.06.98 р. №383. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4687-13>.
6. Правила з введення штрихового кодування у сфері торгівлі, затверджені наказом МЗЕЗ торгу України від 26.03.97 р. №196. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4541-13>.
7. Постанова КМУ №1336 – Постанова КМУ від 23.08.2000 р. №1336 «Про забезпечення реалізації статті 10 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування і послуг». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4970-17>.