

Виды и формы товарной информации

Определение

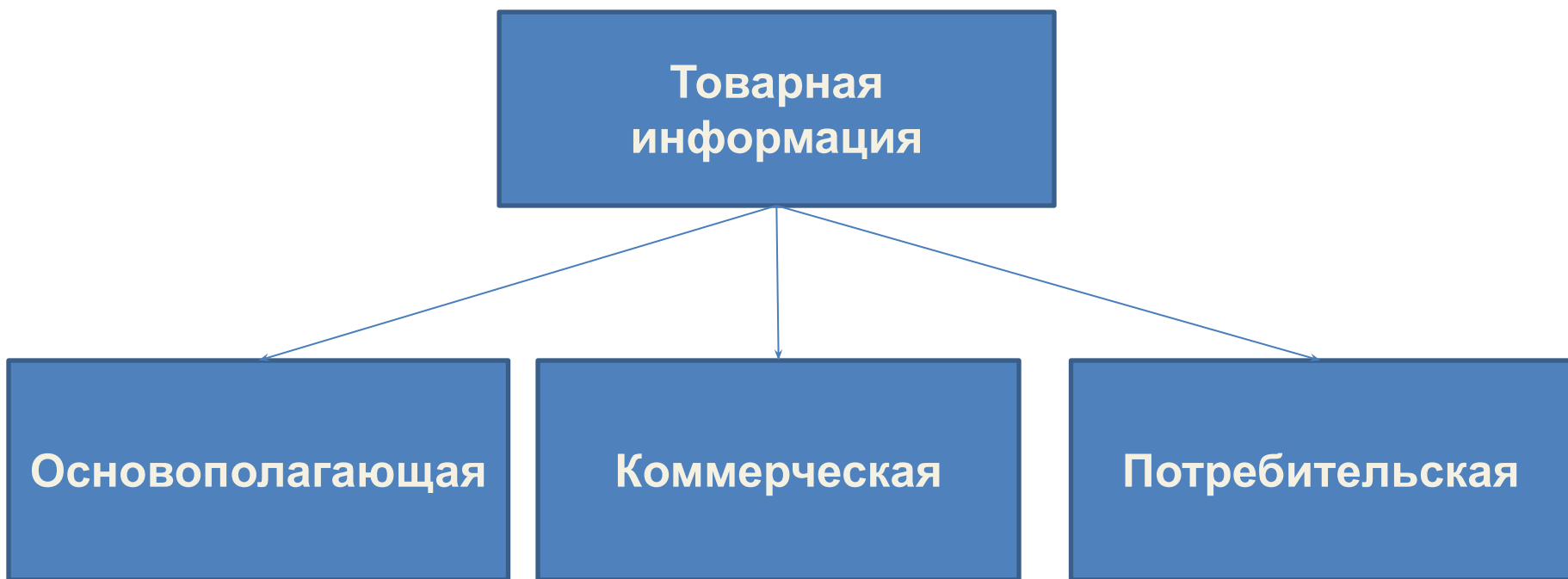
Товарная информация — сведения о товаре, предназначенные для пользователей — субъектов коммерческой деятельности

Источники товарной

информации

Первичными источниками товарной информации и одновременно исполнителями услуг по информированию продавцов и/или потребителей о продаваемых товарах являются производители. От того, насколько качественны эти информационные услуги, зависят скорость продвижения товаров по каналам распределения, интенсивность сбыта, стимулирование продаж, создание потребительских предпочтений и в конечном счете жизненный цикл товара. В то же время изготовитель не является единственным источником информации. **Производственную информацию может дополнять продавец.**

Классификация товарной информации



Классификация товарной информации

Основополагающая товарная информация — основные сведения о товаре, имеющие решающее значение для идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений.

К основополагающей информации относятся вид и наименование товара, его сорт, масса нетто, наименование предприятия-изготовителя, дата выпуска, срок хранения или годности.

Классификация товарной информации

Коммерческая товарная информация — сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков и продавцов, но малодоступные потребителю.

Эта информация содержит данные о предприятиях-посредниках, нормативных документах о качестве товаров, ассортиментных номерах продукции по ОКП, ТН ВЭД и т. п. Типичным примером коммерческой информации является штриховое кодирование.

Классификация товарной информации

Коммерческая товарная информация — сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков и продавцов, но малодоступные потребителю.

Эта информация содержит данные о предприятиях-посредниках, нормативных документах о качестве товаров, ассортиментных номерах продукции по ОКП, ТН ВЭД и т. п. Типичным примером коммерческой информации является штриховое кодирование.

Классификация товарной информации

Потребительская товарная информация — сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, показывающие выгоды вследствие применения конкретного товара и нацеленные в конечном счете на потребителей. Эта информация содержит сведения о наиболее привлекательных потребительских свойствах товаров: пищевой ценности, составе, функциональном назначении, способах использования и эксплуатации, безопасности, надежности и др. Красочные изображения на товаре и/или упаковке также предназначены для усиления эмоционального восприятия их потребителями.

Формы товарной информации

Для доведения сведений о товарах до субъектов рыночных отношений применяют многообразные формы товарной информации

Формы товарной информации

- словесная;
- цифровая;
- изобразительная;
- символическая;
- штриховая.

Формы товарной информации

- словесная;
- цифровая;
- изобразительная;
- символическая;
- штриховая.

Формы товарной информации

Словесная информация наиболее доступна для грамотного населения, если она дана на соответствующем языке (например, на русском языке для России или одном из языков субъектов Российской Федерации).

Формы товарной информации

Цифровая информация применяется чаще всего для дополнения **словесной** и в тех случаях, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре (например, порядковые номера продукции, предприятия, масса нетто, объем, длина, даты и сроки). Цифровую информацию отличают лаконичность, четкость и единообразие, однако в ряде случаев она доступна лишь профессионалам и непонятна потребителям (например, ассортиментные номера продукции, порядковые номера предприятий требуют расшифровки с помощью ОКП и ОКПО).

Формы товарной информации

Изобразительная информация обеспечивает зрительное и эмоциональное восприятие сведений о товарах с помощью художественных и графических изображений непосредственно товара или репродукции с картин, фотографий, открыток или других эстетических объектов (цветов, животных, насекомых и т. п.) либо иных изображений. Основным назначением этой формы информации является создание потребительских предпочтений за счет удовлетворения эстетических потребностей покупателей.

К достоинствам изобразительной информации относятся наглядность, лаконичность, доступность восприятия, эстетичность и эмоциональность. Вместе с тем возможности этой формы по представлению разносторонних сведений очень ограничены, поэтому она не заменяет, а лишь дополняет словесную или цифровую информацию.

Формы товарной информации

Символическая информация — сведения о товаре, передаваемые с помощью информационных знаков.

Символ (от греч. *symbolon* — знак, опознавательная примета) — характеристика отличительных свойств товара для краткого отражения их сущности. Для этой формы информации характерны лаконичность, однозначность, однако их восприятие требует определенной профессиональной подготовки для расшифровки или оповещения потребителя через средства массовой информации, консультации и т. п.