



*Томский межвузовский центр  
дистанционного образования*

Чупина Л.П., Киреева Т.Ю.

# **ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ**

Учебное пособие



ТОМСК – 2003

Корректор: Воронина М.А.

**Чупина Л.П., Киреева Т.Ю.**

Основы товароведения: Учебное пособие. - Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2003. - 97 с.

В учебном пособии по изучению дисциплины «Основы товароведения» приводятся: теоретическая часть курса обучения; вопросы и задания для самопроверки, варианты контрольной работы.

Пособие предназначено для студентов специальностей 0601 «Экономика и бухгалтерский учет», 0602 «Менеджмент» дистанционной технологии обучения.

- © Чупина Людмила Порфирьевна,  
Киреева Татьяна Юрьевна, 2003
- © Томский экономико-промышленный  
техникум, 2003
- © Томский межвузовский центр  
дистанционного образования, 2003

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>5</b>
<b>Тема 1. Понятие и сущность товароведения .....</b>	<b>6</b>
1.1 Основные понятия в области товароведения .....	6
1.2 Принципы товароведения .....	7
1.3 Цели и задачи коммерческого товароведения .....	8
<b>Тема 2. Объекты и субъекты товароведной деятельности .....</b>	<b>11</b>
2.1 Объекты товароведной деятельности .....	11
2.2 Субъекты товароведной деятельности .....	12
<b>Тема 3. Методы товароведения.....</b>	<b>15</b>
3.1 Методы научного познания .....	15
3.2 Классификация как метод товароведения .....	17
3.3 Кодирование товаров .....	19
3.4 Товароведная классификация товара.....	20
<b>Тема 4. Ассортимент товаров.....</b>	<b>24</b>
4.1 Классификация ассортимента товаров .....	24
4.2 Свойства и показатели ассортимента .....	25
4.3 Управление ассортиментом.....	28
<b>Тема 5. Качество товаров.....</b>	<b>31</b>
5.1 Основные понятия в области качества .....	31
5.2 Потребительские свойства продовольственных и непродовольственных товаров .....	32
5.3 Градация качества .....	40
5.4 Управление качеством .....	42
<b>Тема 6. Количественные характеристики товаров.....</b>	<b>45</b>
6.1 Основные количественные характеристики .....	45
6.2 Физические свойства товаров.....	46
<b>Тема 7. Технологический цикл товаров.....</b>	<b>50</b>
7.1 Стадии технологического цикла .....	50
7.2 Контроль качества и количества товарных партий .....	50
7.3 Фальсификация и идентификация товаров .....	51

<b>Тема 8. Обеспечение качества и количества товаров .....</b>	<b>55</b>
8.1 Формирующие факторы.....	55
8.2 Сохраняющие факторы .....	56
8.3 Товарные потери.....	63
<b>Тема 9. Маркировка потребительских товаров и технические     документы.....</b>	<b>67</b>
9.1 Маркировка потребительских товаров .....	67
9.2 Технические документы .....	71
<b>Тема 10. Ответственность изготовителя (продавца) за качество     и безопасность продукции .....</b>	<b>75</b>
<b>Контрольная работа.....</b>	<b>79</b>
<b>Список литературы.....</b>	<b>97</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Учебное пособие «Основы товароведения» составлено на основе рабочей программы в соответствии с требованиями профессиональных образовательных программ специальностей 0601 «Экономика и бухгалтерский учет», 0602 «Менеджмент».

Учебная дисциплина «Основы товароведения» является общепрофессиональной, устанавливающей базовые знания для освоения специальных дисциплин.

На современном этапе рыночной экономики произошли существенные изменения в развитии потребительского рынка, изменились источники насыщения рынка, их состояние, обновилась ассортиментная политика. Товар как объект коммерческой деятельности является одним из важных элементов рыночных отношений. Поэтому в результате изучения дисциплины студент должен иметь представление:

- о состоянии современного рынка товаров;
- знать:
  - требования к товарам, их потребительские свойства;
  - методы оценки качества, их безвредность и безопасность;
- уметь:
  - быстро ориентироваться в вопросах спроса, конкурентоспособности, жизненного цикла товара;
  - практически применять знания товароведа.

Данное учебное пособие включает краткое изложение теоретического материала, контрольные вопросы и задания после каждой темы, 10 вариантов контрольной работы и список литературы. Данного материала достаточно для самостоятельного изучения курса.

В процессе изучения курса студенту необходимо ответить на контрольные вопросы и задания, а также выполнить итоговую контрольную работу.

## Тема 1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

### 1.1 Основные понятия в области товароведения

Любая наука и учебная дисциплина начинаются с определения основных понятий, применяемых в ней. В данном курсе товароведения такими понятиями являются «продукция», «товар» и «товароведение».

**Продукция** – материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей.

Продукции присущи *две основные особенности*:

- во-первых, она должна быть произведена,
- во-вторых, должна удовлетворять чьим-то потребностям (должна быть кому-то нужна).

Следовательно, к продукции относятся: хлеб, консервы, ткани, одежда, сырье, а также продукция природного происхождения: плоды, овощи, грибы, мясо, рыба.

Продукция становится товаром, когда она является объектом купли-продажи (коммерческой деятельности). Выращенные садовые или собранные дикорастущие плоды, использованные для целей личного потребления, – продукция, а не товар, и только на рынке они превращаются в товар.

**Товар** – *материальная продукция, предназначенная для купли-продажи.*

Товар – сложное понятие и не менее сложный материальный объект, обладающий определенными потребительскими свойствами. Поэтому он составляет объект особой науки и учебной дисциплины – товароведения.

**Товароведение** – *наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительские стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик.*

Термин «товароведение» состоит из двух слов: «товар» и «ведение». Последнее слово произошло от санскрит. veda «веды», что означает «знание», следовательно, в этом смысле товароведение – это знания о товарах.

Предметом товароведения являются потребительные стоимости товаров.

Только потребительная стоимость делает продукцию товаром, так как обладает способностью удовлетворять конкретным потребностям человека.

**Цель товароведения** – изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительную стоимость, а также их изменений на всех этапах товароведения.

## 1.2 Принципы товароведения

Принципами товароведения являются:

- *безопасность;*
- *эффективность;*
- *совместимость;*
- *взаимозаменяемость;*
- *систематизация.*

**Безопасность** – основополагающий принцип, который заключается в отсутствии недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения товаром (или услугой) ущерба жизни, здоровью и имуществу людей.

Безопасность – одно из обязательных потребительских свойств товара.

С позиций товароведения товар должен обладать безопасностью для всех субъектов коммерческой деятельности и этот принцип должен соблюдаться в процессах упаковывания, транспортирования, хранения, подготовки к продаже.

**Эффективность** – принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении товаров.

Этот принцип имеет важное значение при формировании ассортимента, обеспечении качества и количества товаров на разных этапах товародвижения.

**Совместимость** – принцип, определяемый пригодностью товаров, услуг к совместному использованию, не вызывающему нежелательных взаимодействий.

Совместимость товаров принимается во внимание при формировании ассортимента, размещении их на хранение, выборе упаковки, оптимального режима.

Так, использование несовместимых пищевых продуктов может вызвать серьезные нарушения обмена веществ у человека.

**Взаимозаменяемость** – принцип, определяемый пригодностью одного товара, услуги для использования вместо другого товара, услуги в целях выполнения одних и тех же требований.

Взаимозаменяемость позволяет удовлетворять аналогичные потребности различными товарами и создает конкуренцию между товарами.

**Систематизация** – принцип, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров или услуг.

Принцип систематизации положен в основу группы методов, в состав которых входят идентификация, классификация, обобщение и кодирование.

### **1.3 Цели и задачи коммерческого товароведения**

Переход России от плановой к рыночной экономике внес серьезные изменения в понятие о самом товаре и в товароведение.

Современная экономическая теория категорию потребительской стоимости практически не рассматривает. В ее основе лежит теория предельной полезности товара:

- с одной стороны – количество товара с абсолютными потребностями в них;

- с другой – количество товаров с платежеспособным спросом.

Конечная цель рыночной деятельности – максимальное удовлетворение жизненных потребностей человека.

Однако успех любого торгового предприятия зависит от правильного выбора товарной массы, т.е. грамотного формирования ассортимента.



А правильное формирование ассортимента невозможно без глубоких знаний товароведения, без знания таких вопросов как:

- современное состояние потребительского рынка товаров;
- свойства продуктов и товаров, их безвредность и безопасность;
- качество сырья и готовой продукции;
- идентификация и фальсификация товаров;
- методологические основы конкурентоспособности товаров народного потребления;
- новые виды продукции, тары, упаковки, транспортировки, хранения и реализации.

При переходе от общего товароведения к рыночному товароведению настала необходимость рассматривать товар в динамике, т.е. в процессе его жизненного цикла, прохождения рыночных этапов.

Рыночные этапы:

- 1) вхождение в рынок;
- 2) освоение рынка;
- 3) завоевание соответствующей ниши в рыночной системе;
- 4) потеря завоевательных позиций и конкурентоспособности.

В зависимости от этапа меняются цели и задачи рыночного (коммерческого) товароведения.

*1. Вхождение в рынок – период появления нового товара на рынке сбыта.*

*Задачами коммерческого товароведения являются:*

- изучение новых видов и разновидностей товаров;
- определение целесообразности их внедрения на рынок с точки зрения потребительских достоинств, полезности и безвредности;

*2. Освоение рынка – период начального признания товара на рынке.*

*Задачи:*

- научно и достоверно обосновать конкурентоспособность товара;
- проанализировать материально-техническую базу производства и его перспективы;

- применить использование новых технологий, источников местного и дешевого сырья;
- новых современных способов упаковки, маркировки товара, методов хранения.

*3. Завоевание соответствующей ниши в рыночной системе – период достижения товаром определенного уровня популярности, конкурентоспособности и спроса.*

Задачи:

- глубокий экономический анализ по удержанию спроса на продукцию;
- разработка рекомендаций по повышению качества потребительских свойств с целью поддержания на должном уровне спроса населения.

*4. Потеря завоеванных позиций и конкурентоспособности – период снижения объемов реализации товара.*

Происходит вытеснение старого товара новым, более качественным и перспективным.

*Задача коммерческого товароведения:* оказание помощи по проведению плавной, безболезненной замены отслужившей продукции новым качественным и конкурентоспособным товаром.

Итак, в задачи коммерческого товароведения входит не только изучение и определение потребительских свойств товаров, качества, полезности, безвредности и безопасности, но и умение быстро и правильно ориентироваться в вопросах спроса, конкурентоспособности, полезного цикла товара, анализировать и прогнозировать этапы товародвижения.

## **Контрольные вопросы к теме 1**

1. Дайте определение понятию «товароведение».
2. Назовите основные понятия товароведения.
3. Какие принципы товароведения вы знаете?
4. Какова основная цель рыночной деятельности?
5. Охарактеризуйте цели и задачи коммерческого товароведения.
6. Какие рыночные этапы прохождения товара вы знаете?

## Тема 2. ОБЪЕКТЫ И СУБЪЕКТЫ ТОВАРОВЕДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 2.1 Объекты товароведной деятельности

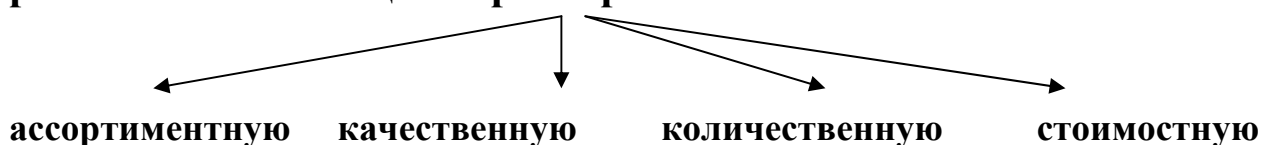
Объект – предмет, явление, на которое направлена какая-либо деятельность.

*Объектами товароведной и коммерческой деятельности являются товары.*

Товароведная деятельность направлена на потребительские товары и товары промышленного назначения (сырье, полуфабрикаты, комплектующие изделия, оборудование и т.п.).

Коммерческая деятельность включает не только товары, но и услуги, ценные бумаги, работу по организации товародвижения.

Товары как объекты товароведной деятельности имеют **четыре основополагающие характеристики:**



Характеристика – совокупность отличительных свойств, признаков предмета или явления.

***Ассортиментная характеристика товаров** – совокупность отличительных видовых свойств и признаков товаров, определяющих их функциональное и социальное назначение.*

Такая характеристика включает группу, подгруппу, вид, разновидность, наименование, торговую марку и устанавливает отличия одного вида товара от другого.

*Например,* масло сливочное, топленое и растительное принципиально отличаются друг от друга функциональным назначением и пищевой ценностью.

***Качественная характеристика товаров** – совокупность внутривидовых потребительских свойств, обладающих способностью удовлетворять разнообразные потребности.*

Качественная характеристика отличается от ассортиментной большей полнотой потребительских свойств, среди которых важное место занимают безопасность и экологичность.

**Количественная характеристика товаров** – совокупность определенных внутривидовых свойств, выраженных с помощью физических величин и единиц их измерения.

Эти характеристики удовлетворяют потребности в товарах определенных размеров и упаковки.

Стоимостные характеристики товаров не относятся к товароведным и составляют предмет изучения экономических дисциплин.

Но существует взаимосвязь товароведных характеристик со стоимостью.

Наиболее выражена прямая пропорциональная зависимость между количественными и стоимостными характеристиками. Это обусловлено тем, что цена как мера стоимости устанавливается чаще всего за единицу измерения товара.

## **2.2 Субъекты товароведной деятельности**

Субъект – это человек, познающий внешний мир (объект) и воздействующий на него в своей практической деятельности, а также носитель прав и обязанностей.

*Субъекты товароведной деятельности подразделяются на две группы:*

- в первую группу входят – **товароведы**,
- во вторую группу – **потребители товаров**.

**Товароведы** – специалисты, обеспечивающие продвижение товаров от изготовителей до потребителей с учетом ассортиментной, качественной, количественной и стоимостной характеристик товара, а также запросов потребителей.

Товароведы осуществляют профессиональную деятельность в тесном взаимодействии с технологами и маркетологами.

*Товаровед должен знать в области товароведения:*

- ассортимент (товарную номенклатуру), показатели, его характеризующие, способы управления ассортиментом;
- эмпирические и аналитические методы;
- номенклатуру потребительских свойств товаров;
- товароведные характеристики товарных групп;
- факторы, влияющие на качество товаров.

*Товаровед должен уметь:*

- классифицировать, анализировать и обобщать результаты оценки товаров;
- оценивать качество товаров;
- проводить диагностику дефектов;
- идентифицировать товарные партии;
- учитывать факторы для прогнозирования качества и конкурентоспособности товаров;
- работать с товарно-сопроводительными документами.

Вторая группа субъектов, на которых направлена товароведная деятельность, представлена потребителями.

Определение термина «потребитель» дано в Федеральном законе «О защите прав потребителей»:

***Потребитель** – гражданин, заказывающий, приобретающий товары (услуги) исключительно для личных нужд, не связанных с извлечением прибыли.*

Товароведы редко взаимодействуют непосредственно с потребителем. Чаще это взаимодействие носит косвенный характер, хотя товароведная деятельность направлена на конечный результат – реализацию товаров, составные характеристики которых удовлетворяют запросам потребителей.

## **Контрольные вопросы к теме 2**

1. Что является объектом товароведной деятельности?
2. Назовите основные характеристики товаров.
3. Что включает ассортиментная характеристика товаров?
4. Объясните, чем отличается качественная характеристика товаров от ассортиментной.
5. Чему способствует количественная характеристика товаров?
6. Дайте определение следующим понятиям: субъект, товаровед, потребитель.
7. Что должен знать товаровед в области товароведения?

## Контрольные задания к темам 1, 2

1. Основная цель товароведения – это:
  - а) изучение и прогнозирование спроса;
  - б) рекламно-информационная работа;
  - в) изучение основополагающих характеристик товара;
  - г) максимальное удовлетворение жизненных потребностей человека.
2. Понятия «коммерция», «коммерческий» означают:
  - а) торговлю;
  - б) любую деятельность, приносящую доход;
  - в) торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли.
3. В чем отличие предпринимательства от коммерции?
  - а) нет отличий;
  - б) предпринимательство представляет собой организационно-производственную деятельность;
  - в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства.
4. Требования к хорошему товароведу:
  - а) честность, надежность, верность данному слову;
  - б) знание ассортимента товаров;
  - в) умение вести торги;
  - г) умение оценивать качество товаров;
  - д) работа с товарно-сопроводительными документами.
5. Наиболее важны для деятельности коммерсанта следующие профессиональные качества:
  - а) умение налаживать выгодные коммерческие связи;
  - б) наличие коммерческой инициативы, самостоятельности и предприимчивости.
6. Для Вас приемлемо в отношениях с конкурентами:
  - а) стараться опередить партнера во всем;
  - б) найти пути к взаимовыгодному сотрудничеству;
  - в) использовать все дозволенные средства.

## Тема 3. МЕТОДЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

### 3.1 Методы научного познания

Метод – способ познания, исследования явлений природы или общественной жизни.

Методы научного познания направлены на исследование основного объекта товароведения – товара.

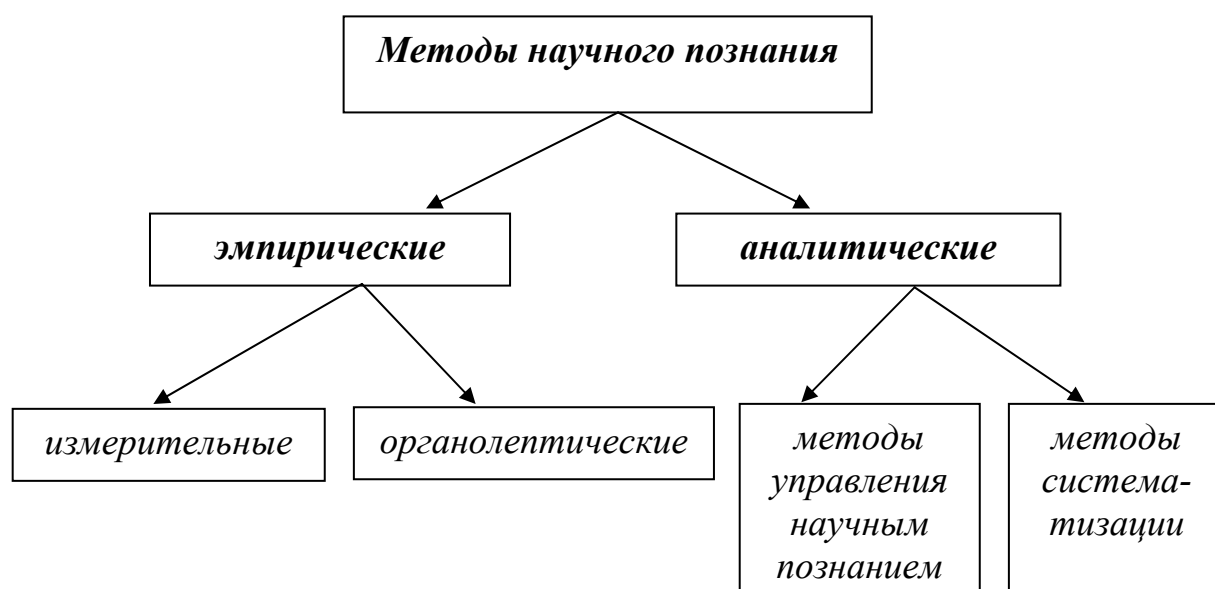


Схема 1

Эмпирические (экспериментальные) методы – основаны на опыте или наблюдениях.

Благодаря им стали возможны исследования химической, физической и биологической природы товаров.

*Экспериментальные методы подразделяются на:*

- измерительные (физические, химические, биологические);
- органические.

**Измерительный метод** – метод определения значений показателей качества продукции, осуществляемый на основе технических средств измерения.

**Органолептический метод** – метод определения значений показателей качества с помощью органов чувств.

Аналитические методы – методы научного познания, основанные на мысленном или фактическом разложении целого на составные части.

*Аналитические методы подразделяются на:*

- методы управления научным познанием;
- методы систематизации.

*К методам управления научным познанием относятся:*

- методы анализа;
- диагностики;
- прогнозирования;
- программирования;
- планирования.

**Методы систематизации** – методы упорядочения однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем расположения их в определенном порядке.

**Методы систематизации:**

- *идентификация;*
- *классификация;*
- *обобщение;*
- *кодирование.*

**Идентификация** – метод установления совпадения одного объекта с другим.

Идентификация устанавливает соответствие наименования товара, указанного на маркировке или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям.

**Группировка (обобщение)** – метод обобщения объектов по общим признакам.

Применяется для выделения ассортиментных групп.

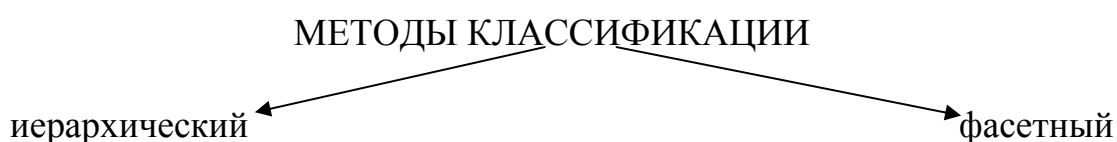
Классификация требует подразделения на подмножества по определенным признакам, является неотъемлемой частью товаро-ведной характеристики любого товара.



### 3.2 Классификация как метод товароведения

**Классификация** – разделение множества объектов на подмножества по сходству или различию.

Объектом классификации в товароведении является товар.



**Иерархический метод классификации** – последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки.

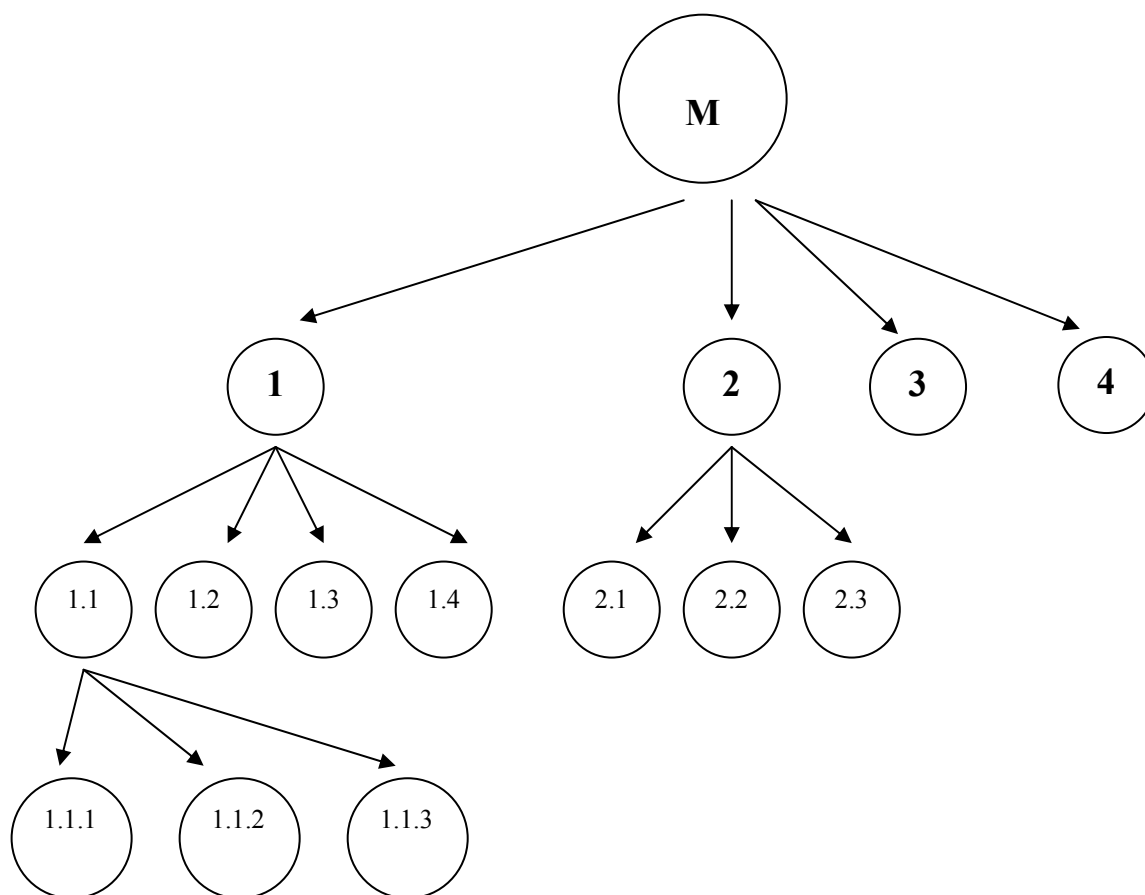


Схема 2

**Фасетный метод классификации** – параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки.

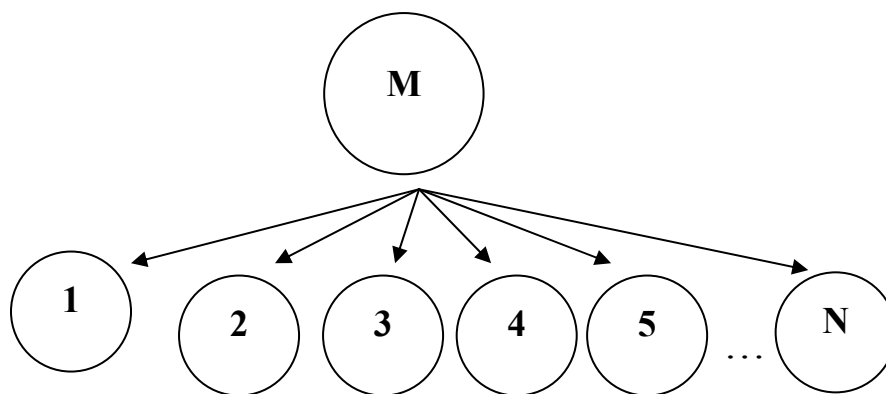


Схема 3

Особенностью фасетного метода является то, что разные признаки не связаны между собой.

Фасетная система отличается большой гибкостью и удобством использования, позволяет ограничивать число признаков и группировок. Примером фасетного метода классификации является классификация вин:

- по срокам выдержки → молодые, марочные, коллекционные;
- по цвету → белые, розовые, красные;
- по технологии → тихие, игристые.

Каждая разновидность методов классификации характеризуется преимуществами и недостатками (см. таблицу 3.1).

**Таблица 3.1 – Преимущества и недостатки иерархического и фасетного методов классификации**

Метод	Преимущества	Недостатки
<i>Иерархический</i>	Возможность выделения общности и сходства признаков объектов на одной и разных ступенях, высокая информационная насыщенность.	При большой глубине: чрезмерная громоздкость, высокие затраты, трудность применения. При небольшой глубине: информационная недостаточность, неполный охват объектов и признаков.
<i>Фасетный</i>	Гибкость системы, удобство использования, возможность ограничения количества признаков без утраты достаточности охвата объектов.	Невозможность выделения общности и различий между объектами в разных классификационных группировках.

### 3.3 Кодирование товаров

**Кодирование** – образование и присвоение кода классификационной группировке или объекту классификации.

**Код** – знак или совокупность знаков, применяемых для обозначения классификационной группировки или объекта классификации.

*Цель кодирования:*

- систематизация объектов путем их идентификации;
- установление порядка перечисления объектов по степени их значимости;
- присвоение условного кода, по которому можно найти и распознать объект.

*Правила кодирования:*

- код должен иметь определенную структуру построения;
- код может быть выражен с помощью различных знаков;
- код должен способствовать упорядочению объектов.

Кодирование товаров осуществляется несколькими способами:

- 1) порядковый;
- 2) серийно-порядковый;
- 3) последовательный;
- 4) параллельный.

**Порядковый метод кодирования** – образование и присвоение кода из чисел натурального ряда.

*Пример:* присвоение кодов в журнале группы, темам в программе.

**Серийно-порядковый метод кодирования** – образование и присвоение кода из чисел натурального ряда, закрепление отдельных серий этих чисел за объектами классификации с определенными признаками.

*Пример:* консервы рыбные получают индекс Р (рыбная промышленность), и порядковый номер, 85 – лосось дальневосточный натуральный (горбуша).

**Последовательный метод кодирования** – образование и присвоение кода классификационной группировки с использованием кодов, полученных при иерархическом методе классификации.

Каждая позиция в Общегосударственном классификаторе продукции (ОКП) содержит шестизначный цифровой код, однозначное

контрольное число (КЧ) и наименование группировки продукции (см. таблицу 3.2).

**Таблица 3.2 – Схема кодирования продукции**

<b>Код</b>	<b>КЧ</b>	<b>Наименование продукции</b>
91 1005	0	Хлеб и хлебобулочные изделия
91 2500	4	Шоколад и шоколадные изделия
91 4012	7	Масло подсолнечное из сырья госресурсов
82 5430	3	Ткани шерстяные – драпы тонкосуконные
96 9510	7	Посуда алюминиевая литая

**Параллельный метод кодирования** – образование и присвоение кода классификационной группе с использованием кодов независимых группировок, полученных при фасетном методе классификации.

*Пример:* деление продукции на подвиды в ассортиментной части ОКП.

Классификация и кодирование товаров (продукции) осуществляется с помощью Общероссийского классификатора (ОКП).

### **3.4 Товароведная классификация товара**

В товароведении товары как объекты коммерческой деятельности *подразделяются по назначению на роды:*

1) **потребительские товары** – товары, предназначенный для индивидуальных потребителей для личного использования;

2) **товары промышленного назначения** – товары, предназначенные для производства других товаров;

3) **оргтехнические товары** – товары, предназначенные для улучшения организации административно-управленческой деятельности.

*Каждый род товаров подразделяется на классы.*

**Класс товаров** – множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей.

**Потребительские товары делятся на 3 класса:**

1) *продовольственные;*

2) *непродовольственные;*

3) *медицинские.*

*Классы в зависимости от используемого сырья и назначения делятся на подклассы, группы, подгруппы, виды и разновидности.*

Классы, подклассы и группы составляют общую товароведную классификацию потребительских товаров (см. таблицы 3.3, 3.4).

**Таблица 3.3**

№ п/п	Класс: продовольственные товары и пищевые продукты	
	<i>Подклассы</i>	<i>Группы однородных товаров</i>
	<i>Товары</i>	
I	растительного происхождения	
1		зерномучные
2		плодоовощные
3		вкусовые
4		сахар и его заменители
5		крахмал и крахмалопродукты
6		кондитерские товары
7		растительные масла и маргариновая продукция
II	животного происхождения	
1		пищевые животные жиры
2		молочные
3		мясные
4		рыбные
5		яйцо и яйцепродукты

**Таблица 3.4 – Общая классификация непродовольственных товаров**

№ п/п	Класс: непродовольственные товары или промышленные товары	
	<i>Подклассы</i>	<i>Группы однородных товаров</i>
	<i>Товары</i>	
I	текстильные и одежно-обувные	
1		текстиль
2		одежда
3		обувь
II	галантерейные и ювелирные	
1		галантерейные
2		ювелирные
III	гигиенические	

Продолжение табл. 3.4

№ п/п	Класс: непродовольственные товары или промышленные товары	
	<i>Подклассы</i>	<i>Группы однородных товаров</i>
	<i>Товары</i>	
1		парфюмерные
2		косметические
IV	культурно-бытовые	
		часы
		канцелярские
		транспортные средства
		спортивные
		музыкальные
		фото - и кинотовары
		аудио- и видеокассеты
		книги, журналы
		товары для отдыха
V	Хозяйственные	
		мебель
		посуда
		бытовая техника
		бытовые химические товары
		стройматериалы
		сельскохозяйственные товары
VI	нефтепродукты и смазочные материалы	
		нефть
		нефтепродукты
		смазочные материалы
VII	биотовары	
		цветы
		зоотовары
		предметы ухода за ними и корма

### Контрольные вопросы к теме 3

1. Как классифицируются методы товароведения?
2. Дайте характеристику методам научного познания.
3. Что такое идентификация, группировка, классификация?
4. Какие методы классификации вы знаете?

5. Что является особенностью иерархического метода классификации?
6. Чем отличается фасетная система классификации?
7. Назовите преимущества и недостатки иерархического и фасетного методов классификации.
8. Какова основная цель кодирования товаров?
9. Какие правила кодирования вы знаете?
10. Дайте характеристику основным методам кодирования.
11. Как классифицируются товары в товароведении?

### Контрольные задания к теме 3

1. Дополните ступени классификации, применяемые в товароведении:

класс – подкласс - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

2. Расшифруйте наименование продукции по общероссийскому классификатору продукции (ОКП):

- а) 91 4160 2;
- б) 91 6404 3;
- в) 82 5430 3;
- г) 96 9510 7.

3. К преимуществам фасетного метода классификации не относятся:

- а) информационная недостаточность;
- б) гибкость системы;
- в) высокая информационная насыщенность;
- г) удобство использования.

4. Какие виды классификации товаров существуют?

- а) \_\_\_\_\_;
- б) \_\_\_\_\_;
- в) \_\_\_\_\_.

5. Основные правила классификации объектов при иерархическом методе:

- а) деление множества следует начинать с наиболее общих признаков;
- б) выбор разновидности метода классификации в зависимости от целевого назначения;
- в) разделение объектов должно осуществляться последовательно.

## Тема 4. АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ

### 4.1 Классификация ассортимента товаров

*Ассортимент товаров – подбор товаров разных видов и разновидностей.*

Ассортимент товаров предназначен для удовлетворения потребностей потребителей.

*Товарная номенклатура – перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения.*

Товарная номенклатура предназначена для регламентирования определенной профессиональной деятельности.

#### **Ассортимент товаров классифицируют:**

1) *по местонахождению:*

- промышленный (производственный) ассортимент;
- торговый ассортимент.

**Промышленный (производственный) ассортимент** – набор товаров, выпускаемых изготовителем, исходя из его производственных возможностей.

*Пример:* кондитерская фабрика имени Бабаева включает 100 наименований карамельных, конфетных и шоколадных изделий.

**Торговый ассортимент** – набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы.

2) *в зависимости от широты охвата товаров ассортимент:*

- простой;
- сложный;
- групповой;
- развернутый;
- сопутствующий.

**Простой ассортимент** – набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов, наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей.

*Характерен для магазинов повседневного спроса.*



**Сложный ассортимент** – набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах.

*Характерен для оптовых баз, универмагов, универсамов.*

**Групповой ассортимент** – набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности.

Групповой ассортимент положен в основу создания складов на непродовольственных оптовых базах, разных секций (одежных, обувных, галантерейных) в универмагах.

**Развернутый ассортимент** – набор товаров, который включает значительное количество подгрупп, видов, разновидностей, наименований, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками.

*Характерен для специализированных магазинов.*

**Сопутствующий ассортимент** – набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации.

В обувном магазине – это предметы ухода за обувью; в продовольственном магазине – мыло, спички, другие хозяйственные товары.

3) *по степени удовлетворения потребностей ассортимент:*

- рациональный;
- оптимальный.

Рациональный и оптимальный ассортимент характеризуют качественную сторону ассортимента товаров в торговой организации.

## 4.2 Свойства и показатели ассортимента

*Свойство ассортимента – специфическая особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании.*

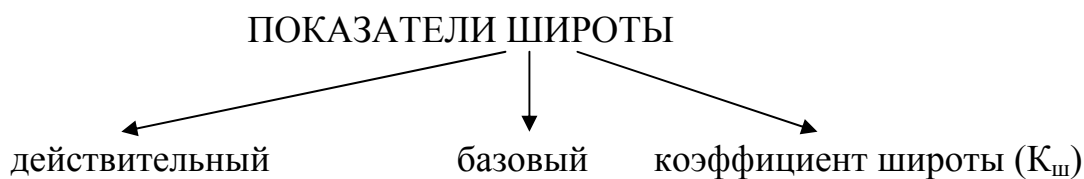
**Показатель ассортимента** – количественное выражение свойств ассортимента.

*Свойствами ассортимента являются:*

- широта ассортимента;
- полнота ассортимента;
- устойчивость;

- новизна;
- структура;
- ассортиментный минимум;
- рациональность;
- гармоничность.

**Широта ассортимента** – количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп.



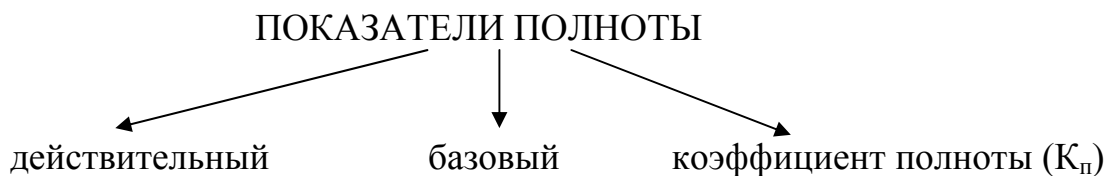
$$\text{Коэффициент широты } K_{\text{ш}} = \frac{\text{Ш}_{\text{д}}}{\text{Ш}_{\text{б}}} \cdot 100\%,$$

где  $\text{Ш}_{\text{д}}$  – ширина действительная;  
 $\text{Ш}_{\text{б}}$  – ширина базовая.

Широта выступает в качестве одного из примеров конкурентоспособности фирм.

С точки зрения потребителя, с одной стороны, чем шире ассортимент, тем более разнообразные потребности могут быть удовлетворены. С другой стороны, при сверхвысокой широте ассортимента потребителю трудно ориентироваться в этом многообразии, что затрудняет выбор нужного товара.

**Полнота ассортимента** – способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности.



$$K_{\text{п}} = \frac{\text{П}_{\text{д}}}{\text{П}_{\text{б}}} \cdot 100\%.$$

Наибольшее значение показатели полноты имеют на насыщенном рынке. Чем больше полнота ассортимента, тем выше веро-

ятность того, что потребительский спрос на товары определенной группы будет удовлетворен.

**Устойчивость ассортимента** – способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары.

Выявление товаров, пользующихся устойчивым спросом, требует маркетинговых исследований методами наблюдения и анализа документальных данных о поступлении и реализации товаров.

Потребители товаров устойчивого ассортимента могут быть охарактеризованы как «консерваторы во вкусах и привычках». Оценив определенное наименование товара, они долго не меняют свои предпочтения.

**Новизна (обновление) ассортимента** – способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

*Причинами, побуждающими обновлять ассортимент, являются:*

- замена товаров, морально устаревших, не пользующихся спросом;
- разработка новых товаров улучшенного качества;
- создание конкурентных преимуществ организации.

Потребителями новых товаров являются «новаторы». Новые товары удовлетворяют не столько физиологические, сколько психологические и социальные потребности.

*Структура ассортимента – это удельная доля каждого вида или наименования товара в общем наборе.*

**Ассортиментный минимум (перечень)** – минимально допустимое количество видов товаров повседневного спроса, определяющих профиль розничной торговой организации.

В условиях дефицита по этому показателю проверяли работу магазинов. Однако в настоящее время многие торговые предприятия исключают из ассортимента дешевые товары повседневного спроса. Для предотвращения таких негативных явлений утвердили несоблюдение ассортиментного перечня нарушением правил торговли.

**Рациональность ассортимента** – способность набора товаров наиболее полно удовлетворять обоснованные потребности разных сегментов потребителей.

Коэффициент рациональности свидетельствует о рациональном ассортименте.

**Гармоничность ассортимента** – свойство набора товаров разных групп, характеризующее степень их близости по обеспечению рационального товародвижения, реализации, использования.

Наибольшей гармоничностью отличается групповой ассортимент. Например, в магазинах типа «Все для дома», «Все для досуга» покупатель может найти необходимые товары целевого назначения.

### 4.3 Управление ассортиментом

*Управление ассортиментом* – деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента.

Элементом управления является формирование ассортимента.

*Формирование ассортимента* – деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворять реальные потребности.

*Факторы формирования ассортимента делятся на:*

- общие;
- специфичные.

**Общие факторы – спрос и рентабельность.**

**Спрос** – определяющий фактор, зависит от доходов потребителей, национальных, демографических особенностей.

**Рентабельность** – определяется себестоимостью, издержками производства и обращения.

Зависит от государственных мер по поддержке отечественных изготовителей (льготное налогообложение, таможенные тарифы и т.п.).

**Специфичные факторы:**

- промышленного ассортимента;
- торгового ассортимента.

**Промышленного ассортимента:**

- сырьевая база производственных организаций;
- материально-техническая база товарного производства;
- достижения научно-технического прогресса.

**Торгового ассортимента:**

- специализация торговой организации;
- каналы распределения товаров;

- *методы стимулирования сбыта и формирования спроса;*
- *материально-техническая база торговой организации.*

*Специализация торговой организации* – определяется при создании и лицензировании организации.

Каналы распределения товаров – отлаженная система поставок, ритмичность доставки в установленные сроки.

Методы стимулирования сбыта и формирования спроса – рекламная поддержка товаров.

Материально-техническая база торговой организации оказывает определенное воздействие на формирование ассортимента.

При отсутствии складов у организации, обеспечивающих сохранность товаров или площади торгового зала для выкладки товаров, организация не может сформировать сложный и развернутый ассортимент товаров.

Руководством организации определяются цели, задачи и основные направления формирования ассортимента.

Это определяет *ассортиментную политику* организации.

Важную роль в управлении ассортиментом играют нормативные и технологические документы, регламентирующие широту и полноту ассортимента.

Это стандарты на продукцию разных категорий (ГОСТ, ОСТ, СТП и ТУ), а также каталоги, прейскуранты, прайс-листы, которые составляют фирмы-изготовители или торговые организации.

#### **Контрольные вопросы к теме 4**

1. Назовите основные классификационные признаки ассортимента товаров.

2. Охарактеризуйте ассортимент товаров в зависимости от широты охвата товаров.

3. Какие свойства ассортимента товаров вы знаете?

4. Каково отношение потребителя к широте ассортимента?

5. Какое значение имеет показатель полноты ассортимента?

6. Для чего необходимо соблюдение ассортиментного минимума?

7. Какие факторы формирования ассортимента вы знаете?

8. Какова цель и основные направления ассортиментной политики организации?

#### **Контрольные задания к теме 4**

1. Назовите виды ассортимента:

- а) набор товаров, выпускаемый производственной фирмой;
- б) набор товаров, формируемый в торговом предприятии;
- в) набор товаров, представленный значительным количеством групп, подгрупп, видов.

2. Классификационными признаками ассортимента товаров являются:

- а) местонахождение товаров;
- б) структура товаров;
- в) степень удовлетворения потребителей;
- г) полнота ассортимента;
- д) широта охвата товаров.

3. Ассортиментный минимум (перечень) товаров – это:

а) удельная доля каждого вида или наименования товара в общем наборе;

б) перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения;

в) минимально допустимое количество видов товаров повседневного спроса, определяющих профиль розничной торговой организации.

4. Ассортимент товаров не регламентируют следующие нормативные документы:

- а) единый государственный каталог;
- б) государственные стандарты Российской Федерации;
- в) сертификат соответствия;
- г) прейскуранты, прайс-листы.

5. Вы – товаровед специализированного магазина «Обувь». Составьте ассортиментный минимум (перечень) товаров.

- а) магазин  $S_{\text{торгового зала}} = 100 \text{ м}^2$ ;
- б) имеет складское помещение  $S = 50 \text{ м}^2$ ;
- в) магазин расположен на пути покупательских потоков.

## Тема 5. КАЧЕСТВО ТОВАРОВ

### 5.1 Основные понятия в области качества

За последние годы произошло насыщение внутреннего рынка страны разнообразными товарами отечественного и зарубежного производства, что привело к спаду напряженности потребительского спроса. В этих условиях резко возросли требования к качеству продукции, правилам гарантийного обслуживания, безвредности и безопасности продукции для потребителя, а также внешнему оформлению и соответствию направлению моды потребительских товаров.

*Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.*

Отдельные виды товаров обладают различными свойствами или характеристиками, которые необходимо измерить и установить.

Свойство продукции – объективная особенность продукции, которая может проявляться при ее создании, эксплуатации или потреблении.

Действия, осуществляемые при создании и потреблении продукции в целях обеспечения необходимого уровня качества, называются управлением качеством продукции.

*Управление качеством продукции осуществляется в 3 направлениях:*

- 1) *оценка уровня качества;*
- 2) *оценка конкурентоспособности;*
- 3) *контроль качества продукции.*

**Уровень качества продукции** – относительная характеристика, определяемая путем сопоставления действительных значений показателей с базовыми значениями тех же показателей.

**Технический уровень качества** – относительная характеристика технического совершенства товаров, основанная на сопоставлении действительных значений показателей с базовыми.

Применяется для характеристики сложнотехнических товаров, товаров машиностроительного комплекса.

*Конкурентоспособность продукции – характеристика продукции, которая отражает ее отличие от продукции конкурента как по степени соответствия потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.*

Контроль качества товаров осуществляется на всех стадиях производства и эксплуатации (разработка, проектирование, производство, потребление).

Контроль качества товаров при продаже осуществляют работники торговли при приемке по количеству и качеству товаров, работники Госторгинспекции и Госстандарта.

## **5.2 Потребительские свойства продовольственных и непродовольственных товаров**

Номенклатура потребительских свойств и показателей – совокупность свойств и показателей, обуславливающих удовлетворение реальных или предполагаемых потребностей.

Эта номенклатура определяет качественные характеристики потребительских товаров.

### **Продовольственные товары**

Питание – жизненно необходимый процесс, который обеспечивает оптимальный рост и развитие человеческого организма, его трудоспособность, здоровье и продолжительность жизни.

*Полезность продуктов питания в товароведении определяется основными потребительскими свойствами:*

- *пищевая ценность;*
- *биологическая ценность;*
- *энергетическая ценность;*
- *физиологическая ценность.*

**Пищевая ценность** – характеризует полноту полезных свойств продукта, т.е. доброкачественность, усвояемость, содержание питательных (белков, жиров, углеводов) и биологически активных веществ (витаминов, минеральных веществ, аминокислот).

*Высокой пищевой ценностью обладают: мясо, рыба, яйца, икра рыб, молочные продукты.*



**Биологическая ценность** – характеризуется наличием в продуктах биологически активных веществ: витаминов, макро- и микроэлементов, аминокислот и полиненасыщенных кислот.

Высокое содержание Са в плавленых сырах, пастеризованном молоке. Значительное содержание витаминов в капусте белокочанной, черной смородине, клюкве.

**Физиологическая ценность** – способность продуктов оказывать влияние на нервную, сердечно-сосудистую, пищеварительную системы человека.

*Этой способностью обладают: чай, кофе, ликероводочные изделия, пряности и др.*

**Энергетическая ценность** – определяется содержанием в продуктах жиров, белков, углеводов и их усвояемостью.

*Белки, жиры и углеводы – энергетические вещества пищи.*

Белки – главная составная часть пищи.

Недостаточность белков в пищевом рационе является одной из основных причин повышения восприимчивости организма к инфекционным заболеваниям.

Ценность белков, выраженная в %, по отношению к образованию из них белка организма:

**Белок молока – 100**

**Рыбы и яйца – 94**

**Картофеля – 76**

**Ржаного хлеба - 75**

**Углеводы – наиболее дешевый источник энергии.**

Углеводы поступают в организм вместе с растительными продуктами – хлебом, мукой, крупами, картофелем, овощами, фруктами.

Избыток углеводов приводит к образованию и отложению в теле жира. Каждые лишние 25 гр углеводов приводят к образованию 10 гр жира в организме и его накоплению.

К углеводам относятся:

- крахмал, глюкоза,
- клетчатка,
- жиры.

Крахмал усваивается организмом постепенно и создает благоприятные условия для полного использования организмом.

Наиболее богаты крахмалом зерна злаковых:

- в пшенице – 70%,
- в рисе – 80%,
- в картофеле – 24%.

Клетчатка – основной компонент неусвояемых углеводов.

Нормализует деятельность кишечника и способствует нормальному перевариванию пищи.

Наибольшее количество клетчатки содержится в сушеных овощах и фруктах (1,6–6,1%); свежих ягодах (2–5%); овощах (1–1,5%).

**Жиры – концентрированный источник энергии (30–35% калорий пищи).**

Влияют на усвояемость белков, углеводов, минеральных веществ и витаминов.

Жир содержится практически во всех пищевых продуктах, но в разных количествах.

Много жира – в масле, жире, маргарине, свинине, баранине, сычужных сырах, грецких орехах и др. Мало жира – в овощах, плодах, рыбе.

Животные жиры – источник витаминов А и D.

Растительные жиры – источник витаминов Е и β-каротина.

Минеральные вещества – биологически активные вещества.

Входят в состав клеток и тканей организма.

Источниками минеральных элементов являются продукты растительного и животного происхождения, питьевая вода.

Особенно богаты минеральными солями: овощи, плоды, зерномучные, продукты моря и др.

Данные о наиболее важных минеральных веществах приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1

<b>Некоторые сведения о минеральных веществах пищи</b>			
Минеральное вещество	Где содержится	Суточная потребность	Значение для организма
Кальций	Молоко, сыр, желток яйца, зеленые овощи	0,8 – 1 г	Костеобразование, влияние на нервную и сосудистую систему
Фосфор	Молоко, мясо, рыба, яйца, сыр, орехи	1,5 г	Костеобразование, обмен веществ
Йод	Продукты моря, морская рыба, овощи, фрукты	0,15 – 0,3 мг	Обеспечивает нормальную деятельность щитовидной железы
Железо	Печень, мясо, зелень, помидоры, клубника	12 мг	Образование гемоглобина в крови
Магний	Злаки, орехи, овощи, бобовые, отруби	0,15 г	Влияние на кровяное давление, выведение холестерина
Калий	Злаки, фрукты, овощи, сушеный виноград	2 – 4 г (в пищевом рационе недостаточно)	Влияние на сердечно-сосудистую систему, водный обмен
Медь	Печень, орехи, сухие фрукты, бобовые	1 – 2 мг	Синтез гемоглобина, усвоение железа

### **Витамины – класс незаменимых пищевых веществ.**

Обладают очень высокой биологической активностью, требуются организму в небольших количествах; участвуют в процессе усвоения организмом других пищевых веществ. Пища, не содержащая одного или нескольких витаминов, называется авитаминозной.

Наиболее ценные источники:

Витамина С – картофель, овощи, плоды, ягоды;

В<sub>1</sub> – хлебобулочные изделия;

В<sub>2</sub> – молоко, яйца, субпродукты;

РР – мясо;

А – печень, морковь, помидоры.

Подробные сведения о витаминах представлены в таблице 5.2.

Таблица 5.2

<b>Некоторые сведения о витаминах пищи</b>			
<b>Витамины</b>	<b>Где содержится</b>	<b>Содержание</b>	<b>Влияние на организм при отсутствии или недостатке</b>
<b>B<sub>1</sub></b>	Отруби рисовые, отруби пшеничн., почки, свинина, капуста	0,6 – 1,5 0,8 – 1,5 0,4 – 0,7 0,4 0,16 – 0,24	Нарушение процессов углеводного обмена, поражение нервной системы
<b>B<sub>6</sub></b>	Отруби рисовые, дрожжи пекарн., треска, картофель	5,0 2,5 – 5,0 1,0 0,22	Воспалительные процессы кожи (дерматиты)
<b>C</b>	Смородина черн., петрушка, капуста, яблоки, печень	100 – 400 100 – 190 25 – 100 20 – 40 10 - 40	Заболевание цингой, нарушение процесса обмена веществ
<b>A</b>	Печень КРС Масло сливочное Желток яичный Морковь	30 1,2 2,5 – 15 9	Поражение кожи и слизистых оболочек; куриная слепота; полная слепота
<b>K</b>	Шпинат Крапива Капуста Яйца	4,40 3,20 3,20 0,08	Снижение свертываемости крови

*Органические кислоты обладают низкой энергетической ценностью (2,4–2,5 ккал/г).*

Влияют на процесс пищеварения, придают продуктам специфический вкус, способствуют их лучшему усвоению.

Содержатся кислоты в овощах, фруктах, ягодах (лимонная, яблочная, молочная, щавелевая).

Кислотность имеет большое значение для оценки качества пищевых продуктов.

*Ароматические вещества:*

- улучшают вкус пищи;
- повышают усвояемость пищи;
- активизируют деятельность пищеварительных органов.

Играют решающую роль при оценке качества пищевых продуктов.

К ароматическим веществам относятся: душистый перец, гвоздика, лавровый лист, укроп, тмин, анис, ваниль и др.

*Красящие вещества – хлорофилл, каротин, ксантофилл.*

*Дубильные вещества – участвуют в образовании вкуса плодов, придают вяжущий вкус. Содержатся в терне, алыче, хурме и др.*

*Вода – входит в состав продуктов питания.*

Все процессы обмена веществ протекают только при достаточном содержании воды в клетках.

Вода составляет 65 – 70% массы человека.

Продукты, содержащие много воды, относятся к скоропортящимся и подвергаются быстрой порче (гниению, брожению).

В зависимости от особенностей продуктов, условий внешней среды установлены правила хранения продовольственных товаров.

### **Непродовольственные товары**

Свойства, определяющие эффективность использования товаров по назначению, называются потребительскими и характеризуются показателями качества.

К потребительским свойствам непродовольственных товаров относятся:

- социальные,
- функциональные,
- эргономические;
- эстетические,
- надежности,
- экологические,
- безопасности.

**Социальные** – включают показатели социального адреса и потребительского класса товара, соответствие товара оптимальному ассортименту, морального старения.

Для характеристики показателей социального адреса и потребительского класса используют следующие данные:

- соответствие товара требованиям потребителя, для которых он предназначен;
- соответствие признаков комфортности изделия;
- соответствие его технической оснащённости;
- розничной цены.

*Пример:* выпуск одежды, обуви массового спроса и эксклюзивных изделий, которые вырабатываются в едином экземпляре для покупателей с высоким уровнем доходов.

При характеристике морального износа товара учитывается:

- снижение качества товара вследствие появления новых товаров;
- сокращение срока службы товаров, вызванного изменениями моды, стиля.

**Функциональные свойства** – способность товара выполнять свою основную и вспомогательную функцию.



*Состав и структура различны в зависимости от вида продукции.*

*Пример:* в тканях – % содержания текстильных волокон и структура ткацких переплетений.

*Показатели технического совершенства* – соответствие товаров достигнутому научному и техническому уровню.

Важнейшие – прочность материалов на разрыв;

- способность поглощать и отдавать влагу;
- способность проводить тепло;
- способность отражать световые лучи.

**Эргономические свойства** – это способность товара создавать ощущения удобства, комфортности в соответствии с антропометрическими, психологическими характеристиками человека.

Основные свойства:

- масса, размер, напряженность магнитного, электрического полей;
- удобство контроля за подготовкой изделия к использованию, хранению, транспортированию;
- соответствие изделия силовым, скоростным возможностям человека.

**Эстетические свойства** – характеризуются информационной выразительностью, рациональностью формы и совершенством производственного исполнения.

Информационная выразительность:

- знаковость,
- оригинальность,
- стилевое соответствие,
- соответствие направлению моды.

**Надежность** – это способность товара сохранять функциональное назначение в процессе хранения и/или потребления/эксплуатации в течение заранее оговоренного срока.

**Экологичность** – это способность товаров не оказывать вредного воздействия на окружающую среду при их эксплуатации или потреблении.

**Безотказность** – способность товаров непрерывно сохранять свою работоспособность в течение определенного времени.

Показатели безотказности применяются при оценке качества сложно технических изделий (электротовары, средства механизации, радиоэлектронные товары).

**Безопасность** – это состояние, при котором риск вреда или ущерба ограничен допустимым уровнем.

*Показатели безопасности:*

- 1) содержание токсичных веществ в товарах бытовой химии, стеклянных, керамических товарах;
- 2) содержание химических волокон в тканях, трикотажных изделиях;
- 3) гибкость и прочность крепления каблуков в обуви;
- 4) устойчивость окраски тканей к трению, стирке, поту.

Показатели безопасности обязательно определяются при экологической сертификации.

### 5.3 Градация качества

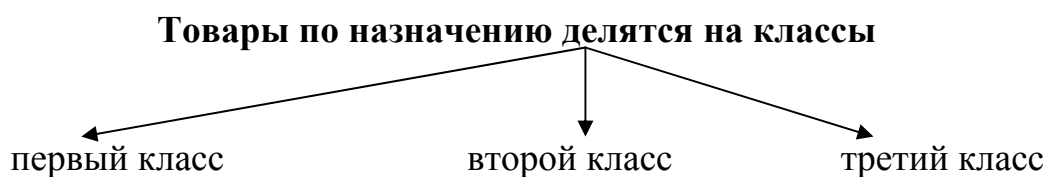
*Градация, класс, сорт – категория или разряд, присвоенные объектам, отражают предусмотренное или установленное различие в требованиях к качеству.*

**Стандартным признается товар**, который соответствует установленным требованиям по всем показателям.

**Нестандартный товар** – это товар, который не соответствует установленным требованиям по одному или нескольким показателям, но это несоответствие не является опасным.

*Например: влажность хлеба выше установленной нормы.*

**Брак** – товар с выявленными устранимыми или неустранимыми несоответствиями.



*Первый класс – товары, пригодные к использованию по назначению.*

*Второй класс – товары, условно пригодные для использования по назначению.*

*Третий класс – опасные товары, непригодные для использования по назначению.*

В оптовой и розничной торговле преобладают потребительские товары первого класса. Товары второго и третьего классов не допускаются к реализации.

*Сортамент товаров – совокупность сортов, относящихся к одноименному товару.*

Одной из важных задач оценки качества является установление градаций качества стандартной продукции, которые представлены сортами.

**Сорт** – это категория качества продукции одного наименования, но отличающаяся от другой значениями показателей.



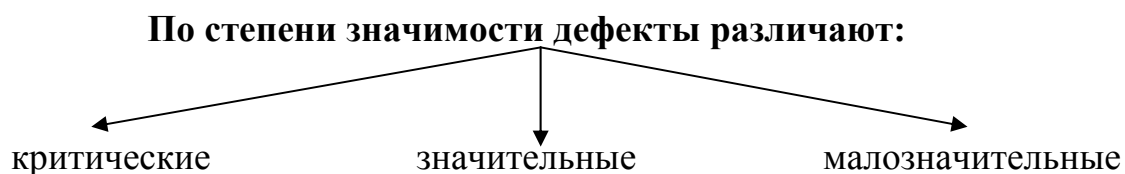
Различают сортамент природный и товарный.

*Например: природный сортамент яблок включает более 200 сортов, каждый сорт имеет свое название – Белый налив, Джона-тан, Симеринка и др., отличающиеся формой, окраской и т.д.*

*Товарный ассортимент чая: экстра, высший, первый, второй, третий.*

Задачей оценки качества товаров является выявление несоответствий, или дефектов.

**Дефект** – невыполнение заданного или ожидаемого требования, касающегося объекта, а также требования, относящегося к безопасности.



**Критические дефекты** – несоответствие товаров установленным требованиям, которые могут нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде.

*Например: загнившие яблоки нельзя использовать в пищу или на промпереработку, т.к. они содержат вредные для организма вещества (микротоксины).*

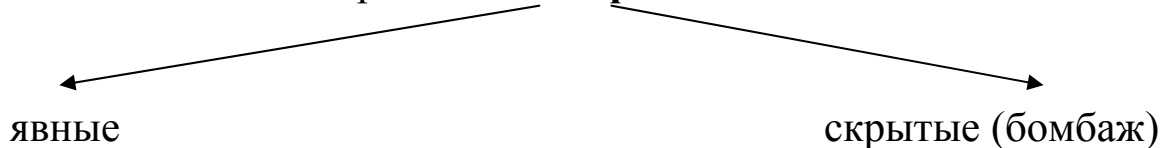
**Значительные дефекты** – несоответствия, существенно влияющие на использование по назначению и надежность товаров, но не влияющие на безопасность для потребителя.

*Пример: ушибы, проколы, повреждения вредителями ухудшают внешний вид яблок, снижают выход съедобной части и сохраняемость яблок, но плоды могут быть использованы по назначению.*

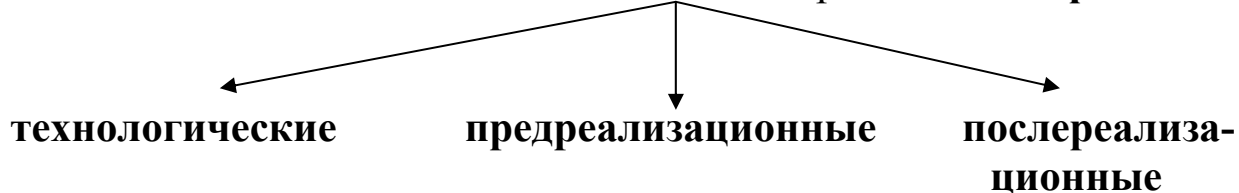
**Малозначительные дефекты** – несоответствия, которые не оказывают существенного влияния на потребительские свойства товаров, в первую очередь на назначение, надежность и безопасность.

При оценке качества яблок к малозначительным дефектам относятся отклонения от формы, размера, окраски.

В зависимости от наличия методов и средств обнаружения различают **дефекты**



В зависимости от места возникновения различают **дефекты**:



**Технологические дефекты** – дефекты, вызванные недостатками при разработке продукции и несоблюдении производственных процессов.

**Предреализационные дефекты** – возникают при транспортировании, хранении, подготовке к продаже и реализации товаров.

*Пример: бой посуды, микробиологическая порча товаров при хранении, деформация и т.п.*

**Послереализационные дефекты** – возникают при хранении, эксплуатации или использовании товаров потребителем.

*Причины этих дефектов:*

- нарушение потребителем правил эксплуатации, хранения, или потребления;
- проявление скрытых технологических или предреализационных дефектов.

Права потребителей и ответственность изготовителей и продавцов регламентируются Федеральным Законом «О защите прав потребителей».

## 5.4 Управление качеством

**Управление качеством** – это установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня качества продукции при ее разработке, производстве, эксплуатации и потреблении. Управление осуществляется путем планирования качества и целенаправленного воздействия на условия и факторы, влияющие на качество продук-

ции. Одним из важных мероприятий в этом направлении является сертификация продукции.

**Сертификация** – это комплекс действий, в результате которых с помощью специального документа – сертификата (или знака соответствия) – подтверждается соответствие товара требованиям государственных стандартов. Существует добровольная и обязательная сертификация.

**Добровольная сертификация** – проводится по инициативе предприятия-изготовителя, преследуется цель повысить конкурентоспособность товара.

**Обязательная сертификация** – проводится по инициативе государства и преследуется цель обеспечить безопасность и экологичность товара.

### **Контрольные вопросы к теме 5**

1. Охарактеризуйте основные понятия в области качества товаров.
2. В каких направлениях осуществляется управление качеством продукции?
3. Назовите основные потребительские свойства продовольственных товаров.
4. Охарактеризуйте потребительские свойства потребительских товаров.
5. Какое значение для организма человека имеют минеральные вещества?
6. Какое влияние на организм человека оказывают витамины?
7. Назовите основные потребительские свойства непродовольственных товаров.
8. Дайте характеристику потребительским свойствам непродовольственных товаров.
9. Что отражают такие понятия, как градация, класс, сорт?
10. Какой товар относится к стандартному?
11. Охарактеризуйте товары в зависимости от классов.
12. Что является основной задачей оценки качества товаров?
13. Дайте характеристику дефицитов по степени значимости.
14. Какова цель сертификации товаров?
15. Что означает понятие «управление качеством»?

## Контрольные задания к теме 5

1. Впишите пропущенные слова:

Деление на сорта осуществляется в зависимости от наличия \_\_\_\_\_ и отклонений по одному или нескольким \_\_\_\_\_ потребительских свойств.

2. Ситуация № 1.

К директору магазина «Хлеб» ТОО «Колос» обратилась возмущенная покупательница и положила на стол директора разрезанную булку хлеба столового, в которой на срезе видны нити от мешковины.

***Что должен предпринять директор магазина?***

3. Ситуация № 2.

Покупательница Полянская В.П., проживающая в г. Зарайске Московской области, купила в магазине № 23 фирмы «Фея» стенку «Авангард» за 500 у.е., привезенная на дом стенка оказалась бракованной. Заменить стенку магазин отказался.

***Как покупатель должен защитить свои интересы?***

4. Ситуация № 3.

Индийский чай высшего сорта хранился на складе в течение года в светлом помещении. При оценке качества органолептическим методом результаты оценки показали, что чай в процессе хранения по своим показателям не соответствует высшему сорту, а только первому сорту.

***Объясните причину пересортицы товара с точки зрения товароведения.***

5. Задача.

В магазин поступила партия риса шлифованного, первого сорта без сертификата соответствия. Директор магазина отправил одну пачку крупы в испытательную лабораторию на анализ. При проверке качества в лаборатории в \_\_\_\_\_ 10 г обнаружено 0,3 г \_\_\_\_\_ зерен и 0,01 г \_\_\_\_\_ зерен.

***Соответствует ли фактическое качество риса указанному сорту?***

***Может ли быть сертифицирована данная партия риса?***

## Тема 6. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОВАРОВ

### 6.1 Основные количественные характеристики

Количественные характеристики относятся к одним из основополагающих в товароведении. При их определении следует различать понятия: единичные товары и их совокупность, товарные партии, общие и специфичные количественные характеристики товаров.

**Единичный экземпляр** – отдельные товары, которые обладают целостностью и присущими конкретному виду или наименованию потребительскими свойствами.

*Например: пара обуви, 1 автомобиль, 1 яблоко, 1 арбуз.*

К единичным не относятся упаковочные единицы, состоящие из отдельных изделий (ящик печенья, ящик гвоздей), так как они сами являются совокупностью единичных экземпляров товаров или **комплексных упаковочных единиц**.

**Товарная партия** – совокупность единичных экземпляров товаров и/или комплексных упаковочных единиц, объединенных по определенному признаку. Наиболее распространено такое определение: товарная партия – это продукция одного вида, сорта и наименования, выработанная за одну смену и оформленная одним документом о качестве.

*Например: партия хлеба, поступившая из цеха, выработанная в 1 смену.*

**Общие количественные характеристики** – масса, длина, температура, объем.

**Специфичные количественные характеристики** – пористость, пластичность, гигроскопичность, твердость, сыпучесть, вязкость, эластичность и другие.

Особенностью специфичных количественных характеристик товаров является то, что многие из них одновременно выступают критериями как количественных, так и качественных характеристик, т.е. служат показателями качества.

*Например: пористость мякиша хлеба и его эластичность говорят о качестве этого хлеба.*

Количественные характеристики выражаются через основные и производные физические величины и единицы их измерения. Они служат показателями физических свойств товаров и многих физико-химических показателей качества.

## 6.2 Физические свойства товаров

Физические свойства товаров выражаются через физические величины. Физические величины измеряются в основных, дополнительных и производных единицах измерения, устанавливаемых Международной системой единиц (СИ).

### **Общие физические свойства товаров:**

- Масса.
- Длина.
- Площадь.
- Объем.
- Температура.
- Теплоемкость.
- Теплопроводность.

**Масса** – количество товаров в определенном объеме, выраженное в основной (кг) или производной величине (мг, г, цт, т и др.)

**Длина** – основная физическая величина, выражаемая в метрах.

**Площадь** – производная физическая величина, определяемая как произведение двух длин (длина и ширина).

**Объем** – производная физическая величина, определяемая как произведение трех длин (длина, ширина, высота).

**Температура** – основная физическая величина, которая характеризует теплодинамическое состояние товаров.

**Теплоемкость** – количество тепла, необходимое для повышения температуры объекта определенной массы в определенный промежуток времени.

**Теплопроводность** – количество тепла, которое проходит через массу объекта определенной толщины и площади в фиксированное время.

**Специфические физические свойства товаров:**

- Механические.
- Теплофизические.
- Электрофизические.
- Оптические.
- Акустические.

**Механические свойства** – особенности товаров, проявляющиеся при ударных, сжимающих, растягивающих и других воздействиях, характеризуют способность товаров сопротивляться приложенным к ним внешним силам или изменяться под воздействием. К ним относятся:

- прочность;
- твердость;
- упругость;
- эластичность;
- пластичность;
- вязкость;
- деформация.

**Теплофизические свойства** – характеризуют индивидуальное термодинамическое состояние товаров. К ним относятся:

- температура плавления и застывания;
- температура замерзания.

**Электрофизические свойства** – способность товаров изменяться под влиянием внешнего электрического поля. К ним относятся:

- электропроводность;
- диэлектрическая проницаемость.

**Оптические свойства** – способность товаров рассеивать, пропускать или отражать свет. К ним относятся:

- цвет;
- цветовой тон;
- яркость цвета;
- насыщенность цвета;
- прозрачность;

- преломляемость.

**Акустические свойства** – способность товаров издавать, поглощать, проводить звук. К ним относятся:

- спектр звука;
- скорость звука;
- сила звука;
- тон звука;
- резонанс.

### **Контрольные вопросы к теме 6**

1. Охарактеризуйте основные понятия в области количественных характеристик товаров.

2. Назовите основные отличия между понятиями «партия» и «единичный экземпляр».

3. Перечислите общие количественные характеристики товаров.

4. Перечислите специфичные количественные характеристики товаров.

5. Назовите общие физические свойства товаров.

6. Назовите специфические физические свойства товаров.

7. Для чего нужны такие количественные характеристики товаров, как длина, площадь и объем?

8. К каким физическим свойствам товаров относится температура?

9. В чем разница между температурой, температурой плавления и температурой замерзания?

10. Для чего необходимо знать диэлектрическую проницаемость товаров?

11. Какие товары относятся к звукопроводящим?

12. Какие товары относятся к звукоизоляционным?

### **Контрольные задания к теме 6**

1. Продолжите определение: комплексная упаковочная единица – это \_\_\_\_\_



2. Дайте правильный ответ:

Товарная партия:

- 1) товары, обладающие целостностью;
- 2) совокупность комплексных упаковочных единиц;
- 3) товары, выработанные на одном предприятии.

3. Какие общие физические свойства товаров существуют?

---

---

---

---

4. Дайте правильный ответ.

Теплоемкость – это

- 1) количество тепла, проходящее через товары;
- 2) величина, характеризующая теплодинамическое состояние

объекта;

3) количество тепла, необходимое для повышения температуры объекта в период времени.

5. Продолжите высказывание:

Особенность специфических количественных характеристик товаров является \_\_\_\_\_

## Тема 7. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЦИКЛ ТОВАРОВ

### 7.1 Стадии технологического цикла

*Основные стадии технологического цикла:*

- 1) предтоварная стадия,
- 2) товарная стадия,
- 3) стадия утилизации отходов товаров.

На *предтоварной стадии* проектируется, разрабатывается, производится продукция, предназначенная для удовлетворения потребностей других производителей или конечных потребителей.

*Товарная стадия* начинается с формирования товарных партий из единичных экземпляров. Последующие этапы товарной стадии до реализации обеспечивают товародвижение партии в целом и предназначены для сохранения и целостности по количеству и качеству.

*Стадия утилизации отходов* завершает технологический цикл товаров. Списание товарных отходов и контроль за их отправкой в специализированные организации по уничтожению отходов осуществляют органы санитарно-эпидемиологического надзора.

### 7.2 Контроль качества и количества товарных партий

Приемка товаров по качеству осуществляется в торговых организациях партиями. Независимо от размера партии приемочный контроль по качеству носит выборочный характер. Важнейшим элементом выборочного контроля является отбор проб.

**Проба (образец)** – минимально допустимая часть товарной партии, отобранная из нее по установленным правилам и предназначенная для оценки качества.

**Выборка** – определенное минимально допустимое количество упаковочных единиц, составляющих часть товарной партии и отобранных для составления исходной пробы.

Правила отбора проб и выборок устанавливаются стандартами.

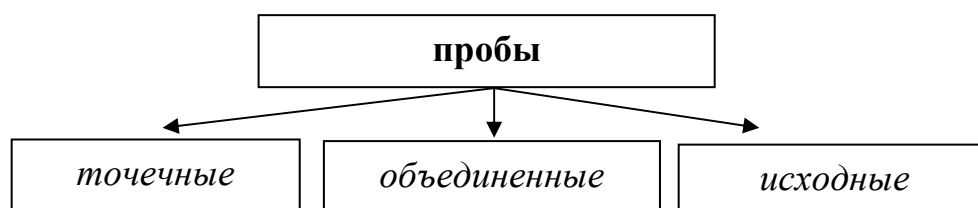


Схема 4

**Точечная проба** – единичная проба определенного размера, отбираемая из одного места товарной партии.

Точечная проба при оценке качества товарной пробы картофеля – не менее 3 кг, а корнеплодов – 1 кг.

**Объединенная проба** – совокупность точечных проб, отобранных от одной товарной партии.

*Пример:* от товарной партии картофеля (100 т) необходимо отобрать 30 точечных проб массой по 3 кг. Объединенная проба составляет 90 кг. Гост 7194-81 картофель свежий. Правила приемки и методы определения качества.

В случае неоднородности качества образца применяют контроль по альтернативному признаку, используя при этом приемочное и браковочное числа.

*Приемочное число* – максимально допустимое количество забракованных единиц выборки или объединенной пробы, позволяющие принять решение о приеме товарной партии по качеству.

*Браковочное число* – минимально допустимое количество забракованных единиц объединенной пробы, являющиеся основанием для отказа от приемки товарной партии по качеству.

**Таблица 7.1 – Приемочные и браковочные числа для фасованных кондитерских изделий**

Масса нетто упаковочных единиц, г	Объем выборки, шт.	Приемочное число	Браковочное число
до 50 включительно	50	7	8
от 51 до 200 включительно	32	5	6
от 201 до 500	20	3	4
от 501 до 750	13	2	3
от 751 до 1000	8	1	2

### 7.3 Фальсификация и идентификация товаров

**Фальсификация** – подделка, подмена в процессе изготовления продукции определенного качества другой, менее ценной, не соответствующей своему названию, и реализация ее в корыстных целях.

Фальсификацией во всем мире занимаются давно, подделывают все – от одежды и обуви известных фирм до денежных купюр.

*В зависимости от метода подделки различают фальсификацию:*

- ассортиментную;
- качественную;
- количественную;
- стоимостную;
- информационную.

**Ассортиментная фальсификация** – подделка путем замены одного товара другим с сохранением определенного сходства.

В качестве заменителя используется вода, низкокачественный натуральный (пищевой) или ненатуральный (непищевой) компонент, различные имитаторы.

**Качественная фальсификация** – подделка товаров с помощью различных добавок, которые улучшают внешний вид продукта, но понижают его качественные показатели.

Используют различные красящие и ароматизирующие вещества, подсластители (спитый чай, кофе без кофеина).

**Информационная фальсификация** – обман потребителя с помощью недостоверной или заведомо ложной информации о товаре.

Этот вид фальсификации встречается в наше время сплошь и рядом, начиная от средств массовой информации (радио, телевидение, газеты, журналы) до конкретной маркировки товара.

Особенно подвержены фальсификации следующие виды пищевых продуктов импортного и отечественного производства:

- 1) алкогольные напитки;
- 2) вкусовые продукты (кофе, чай);
- 3) мед и кондитерские изделия (шоколад);
- 4) соки натуральные;
- 5) растительные масла и животные жиры;
- 6) мясные консервы;
- 7) макароны.

Инструментом для определения фальсификации является **идентификация**.

*Идентификация – это отождествление, установление совпадения чего-либо с чем-либо.*

**Идентификация товара** – установление соответствия наименования товара, указанного на маркировке или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям.

Проведение качественной идентификации – очень сложный, емкий, дорогостоящий процесс, требующий использования не только специальных физических, химических методов анализа, но и новых эффективных способов определения фальсификации и идентификации.

*Одним из ярких примеров фальсификации является фальсификация кофе марок Jacobs, Nescafe, Cofe Pele.*

Настоящий кофе «Пеле» выпускают в длинных стеклянных банках с талией, а также в небольших жестяных банках с бумажной этикеткой. Фальсифицированный кофе упакован в необычную плоскую баночку, на этикетке которой написано: «Cafe Pele Brazil».

При анализе фальсифицированного кофе установлено следующее:

- 1) содержание крупинок чистого кофеина (что опасно для здоровья),
- 2) горящие добавки (солома),
- 3) сам псевдокофе представляет собой отходы кофейного производства.

Одним из приемов использования новых эффективных методов определения идентификации являются электронные носы, которые используют ведущие фирмы мира (“Coca-cola”, “Whitbread”). Наличие базы данных запахов позволяет этим прибором всего за 10 секунд «узнавать» продукты по запаху.

### **Контрольные вопросы к теме 7**

1. Назовите основные стадии технологического цикла.
2. Объясните как осуществляется контроль качества в торговых организациях?
3. Что такое фальсификация и какие ее виды вы знаете?

4. Для чего применяется идентификация товаров?
5. Назовите собственные примеры фальсификации товаров.

### **Контрольные задания к теме 7**

1. В магазин повседневного спроса поступила партия товара: 60 мешков сахара-песка, масса нетто 50 кг.

Из скольких мешков необходимо отобрать средний образец для проверки качества? Ответ обоснуйте.

2. На межрайбазу поступил товар в поврежденной таре.

Каким образом должна производиться приемка товаров по количеству и по качеству. Какая документация оформляется и в какие сроки?

## Тема 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА И КОЛИЧЕСТВА ТОВАРОВ

### 8.1 Формирующие факторы

Обеспечение качества и количества товаров – совокупность мероприятий, направленных на формирование и сохранение требований к качеству и заданному количеству товаров.

Существует две группы факторов по обеспечению качества и количества товаров:

<i>формирующие факторы</i>	<i>сохраняющие факторы</i>
1) проектирование и разработка продукции	5) упаковка
2) сырье	6) товарная обработка
3) конструкция	7) хранение
4) технология производства	8) реализация
	9) потребление

*Формирующие факторы* – это комплекс объектов и операций, свойственных определенным этапам технологического цикла и предназначенных для требований к качеству и количеству продукции.

**Проектирование и разработка продукции** – определяющий фактор, устанавливает размер, массу изделий, согласно запросам потребителей.

**Сырье** – различные вещества, используемые для производства готовых изделий.

Свойства и качество готовой продукции зависят от природы, состава и качества сырья (шерсть, пушнина, рога, древесина, хлопок, лен, металлы, сплавы, минералы и др.).

**Конструкция** – форма, размер, способ соединения и взаимодействия деталей и узлов, соотношение между отдельными элементами, взаимозаменяемость, многооперационность и другие особенности изделия.

Конструкция изделия должна обеспечивать:

- удобство пользования,
- красивый внешний вид,
- экономичность,

- надежность,
- возможность ремонта и долговечность.

Технология производства – совокупность операций, предназначенных для формирования основополагающих товароведных характеристик готовой продукции.

При обработке сырье подвергается механическим, термическим, физико-химическим воздействиям.

Так, качество стеклянных изделий зависит от температуры и среды отжига; закалкой, отпуском и др. видами термообработки можно изменить свойства металлоизделий.

## 8.2 Сохраняющие факторы

Упаковка – это процесс подготовки товаров к транспортировке, хранению и продаже.

Тара – это изделия, в которых товар перемещается, хранится и доставляется на предприятия торговли.

Тара является связующим звеном в цепи товародвижения.

Значение тары:

1. Обеспечивает сохранность перевозимой продукции.
2. Максимальное использование транспортных средств и средств механизации погрузочно-разгрузочных работ.
3. Удобство реализации и потребления приобретенной продукции.

### Классификация тары

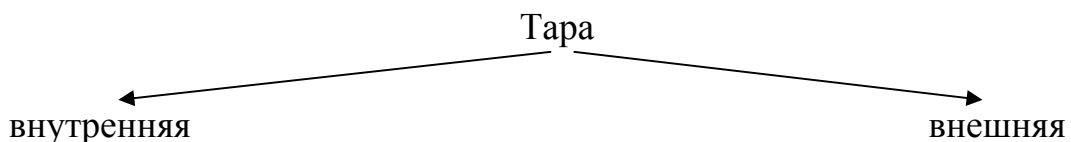


Схема 5

*Внутренняя:* обертки, картонные коробки, жестяные банки, бутылки, пакеты, флаконы.

*Внешняя:* ящики (деревянные, картонные, металлические, полимерные), контейнера, бочки, мешки.



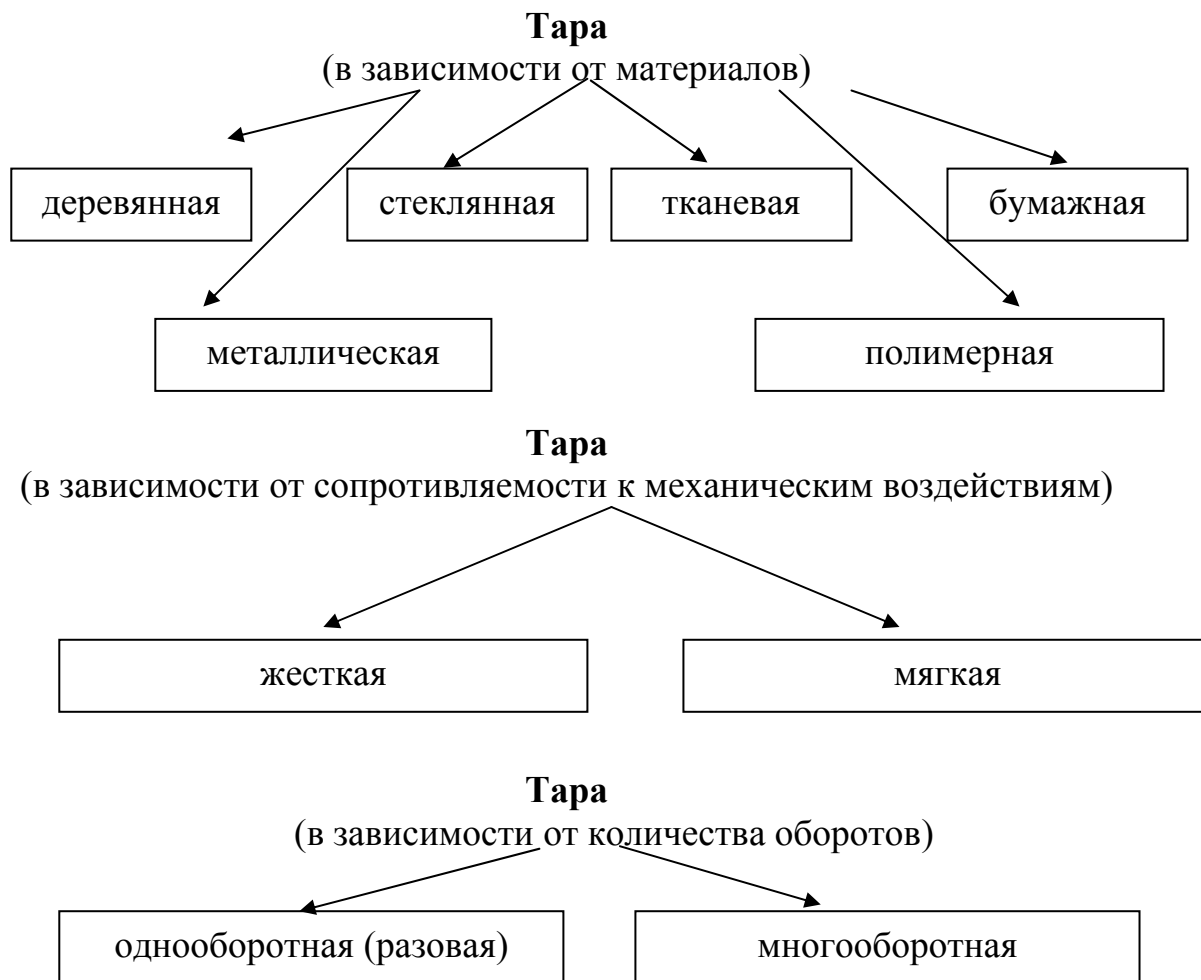


Схема 6

Одним из наиболее прогрессивных и экономичных видов является картонная тара (ящики). Отличается легкостью, прочностью и хорошей изотермичностью.

В наше время все более широкое применение имеет транспортная тара из полимерных материалов (ящики, лотки, пакеты, мешки, коробки).

Преимущества этой тары: прочность, отсутствие постоянных деформаций, химическая стойкость, непроницаемость.

Полимерная тара изготавливается из полиэтилена, полипропилена, полистирола, ПВХ и др.

Алюминиевая фольга (тонко прокатанные листы толщиной менее 0,1 мм) широко используются в качестве упаковочного материала и идеальным образом удовлетворяют всем требованиям, предъявляемым при расфасовке продуктов питания (масло, творог, майонез, мороженое, десерт).

Для упаковки косметической, фармацевтической продукции, товаров бытовой химии, красок, все большее применение находят алюминиевая и полимерная туба.

В стране освоено производство безалкогольных напитков и минеральной воды в бутылках из ПВХ и ПЭТ.

В наше время во всех странах мира люди употребляют молоко, чай, соки, различные напитки, разлитые в картонные упаковки. На мировом рынке эта упаковка называется «комбиблок».

*Преимущества:*

- 1) объем упаковки от 250 до 2000 мл;
- 2) имеют практическое устройство для вскрытия;
- 3) продукты хранятся длительное время без охлаждения.

**Хранение** – этап технологического цикла товародвижения от выпуска готовой продукции до потребления.

*Цель хранения:* обеспечение стабильности исходных свойств или их изменение с минимальными потерями.

В зависимости от сохраняемости продовольственные товары делятся на:

- скоропортящиеся товары,
- длительного хранения.

**Скоропортящиеся товары** – отличаются высоким содержанием воды (мясо, рыба, молоко, яичные, плоды, овощи).

**Длительного хранения** – содержат небольшое количество воды или подвергаются консервированию (мука, крупа, сахар, сушеные овощи, фрукты, вина, баночные консервы).

*Процессы, происходящие при хранении, делятся на:*

- физические,
- химические,
- биохимические,
- биологические,
- смешанные.

**Физические процессы** – вызывают изменения физических свойств продукта: температура, плотность, цвет, форма, теплопроводность.

**Химические** – процессы, которые вызывают различные превращения отдельных химических веществ, входящих в состав пищевых продуктов (гидролиз веществ, карамелизация сахаров).

**Биохимические процессы** – вызывают превращения химических составных частей продуктов под влиянием ферментов (автолиз, брожение, гниение, плесневение).

**Автолиз** – ферментативный процесс саморастворения, протекающий в тканях мяса и рыбы. В процессе автолиза происходит сложное превращение гликогена в молочную кислоту. Под действием автолиза улучшается вкус, запах, нежность и сочность мяса.

**Брожение** – это процесс расщепления безазотистых органических веществ (углеводов, спирта, молочной кислоты) под действием ферментов, выделяемых микроорганизмами.

**Гниение** – процесс распада белков под влиянием ферментов, выделяемых гнилостными микроорганизмами. Конечные продукты распада придают продуктам неприятный запах и могут стать причиной отравления. Чаще всего загнивают мясо, рыба, яйца, фрукты, овощи.

**Плесневение** – вызывают плесневые грибы, выделяющие ферменты, расщепляющие углеводы, белки, жиры. Плесень вызывает порчу плодов, овощей, хлеба, мяса, масла, яиц и др.

*Биологические процессы – вызываются грызунами и вредителями пищевых продуктов.*

Оказывают большое влияние на качество и сроки хранения продуктов.

*Основная задача при хранении товаров:* не допустить или затормозить процессы, приводящие к снижению качества и порче товаров.

Замедление или ускорение процессов в товарах при хранении зависит от:

- температуры,
- влажности и состава воздуха,
- вентиляции и освещенности помещения,
- товарного соседства,
- упаковки и укладки товаров.

Температура воздуха оказывает большое влияние на развитие микроорганизмов и вредителей, активность ферментов и скорость химических реакций.

Повышение температуры на  $10^{\circ}\text{C}$  ускоряет ферментативные реакции в 1,3–5 раз, а химические – еще сильнее.

Продукты длительного хранения – предел температуры не выше  $10^{\circ}\text{C}$ .

Скорпортящиеся продукты –  $0^{\circ}\text{C}$  и ниже.

Влажность воздуха – это процентное отношение фактического количества водяных паров в воздухе к тому количеству, которое требуется для его полного насыщения при данной температуре.

Каждому виду товара свойственна определенная влажность, отклонение от которой может изменить направленность химических и биохимических процессов.

Для хранения товаров с высоким содержанием влаги (плоды, овощи, мясо) в складских помещениях следует поддерживать высокую относительную влажность воздуха – 80–95%.

Товары с невысокой влажностью (сахар, мука, соль, жиры) хранят при невысокой относительной влажности воздуха 65–75%.

В помещении для хранения товаров должен быть состав воздуха следующим:

- 78% азот,
- 21% кислород,
- 0,03% углекислый газ.

Температуру, влажность и газовый состав в хранилищах регулируют вентиляцией.

Она способствует понижению температуры в хранилище, снижению концентрации углекислого газа, активизирует защитные функции товаров (свежих плодов, овощей).

**Воздухообмен** – в процессе воздухообмена создается равномерный температурно–влажностный режим, удаляются газообразные вещества, выделяемые хранящимися товарами, тарой, оборудованием и пр. Он может быть естественным (циркуляция воздуха) и принудительным (вентиляция).

Свет играет при хранении отрицательную роль.

Под воздействие света происходит обесцвечивание и помутнение вина, пива, соков, позеленение картофеля и овощей, окисление жиров, прогоркание круп и муки.

Тара и упаковочные материалы защищают от внешних воздействий, повышенной или пониженной температуры, влажности воздуха, света и т.д.

**Размещение товаров** – относится к наиболее значимым факторам, определяющим условия хранения. При размещении товаров на хранение необходимо руководствоваться определенными правилами, которые основаны на принципах:

- **Совместимость** – правила товарного соседства и правила размещения.
- **Безопасность** – обеспечение механизации погрузочно-разгрузочных работ.
- **Эффективность** – рациональная эксплуатация хранилищ.

### **Основополагающие принципы хранения**

1. Непрерывность соблюдения условий хранения.
2. Защита от неблагоприятных внешних воздействий.
3. Информационное обеспечение.
4. Систематичность контроля.
5. Экономическая эффективность.

### **Методы хранения**

**Метод хранения** – это совокупность технологических операций, обеспечивающих сохранность товаров путем создания и

поддержания заданных климатических и санитарно-гигиенических режимов, способов размещения товаров и их обработка.

- 1. Регулирование температурного режима хранения.**
- 2. Регулирование влажностного режима хранения.**
- 3. Регулирование воздухообмена.**
- 4. Регулирование газовой среды.**
- 5. Метод хранения по способам размещения.**
- 6. Метод ухода за товарами по способам их обработки.**

**Реализация товаров** – деятельность по отпуску товаров потребителям. На сохраняемость товаров оказывает незначительное влияние в связи с наименьшим сроком осуществления этого процесса. Перед реализацией товары часто проходят предреализационную обработку, которая позволяет улучшить внешний вид товара и создать такие качественные и количественные характеристики, которые обеспечивают формирование потребительских предпочтений.

**Послепродажное обслуживание** – комплекс торговых услуг, обеспечивающих сохраняемость товаров у потребителя в процессе их доставки, хранения, эксплуатации и пользования. Назначение этих услуг – создание положительного послепродажного отношения потребителя к товару и фирме или продавцу. Сюда относятся: доставка товаров на дом, монтаж, сборка, наладка, техническое обслуживание, гарантийный ремонт и т.д.

**Потребление** – комплекс операций, обеспечивающий использование товара по функциональному или социальному назначению. Потребление и эксплуатация товаров на дому у потребителя значительно влияет на качество товаров. Каждый период эксплуатации связан с утратой определенных ресурсов товара. Например, одежда и обувь изнашивается, поэтому потребителю особенно важно соблюдать условия использования изделия по назначению, о которых он должен быть информирован. При хранении продовольственных товаров особенно важно соблюдать условия хранения и сроки реализации товаров.

### 8.3 Товарные потери

На различных этапах технологического цикла товародвижения отмечаются разнообразные потери сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, а затем и товаров.

**Товарные потери** – это потери, вызванные частичной или полной утратой количественных и качественных характеристик товара в натуральном выражении.

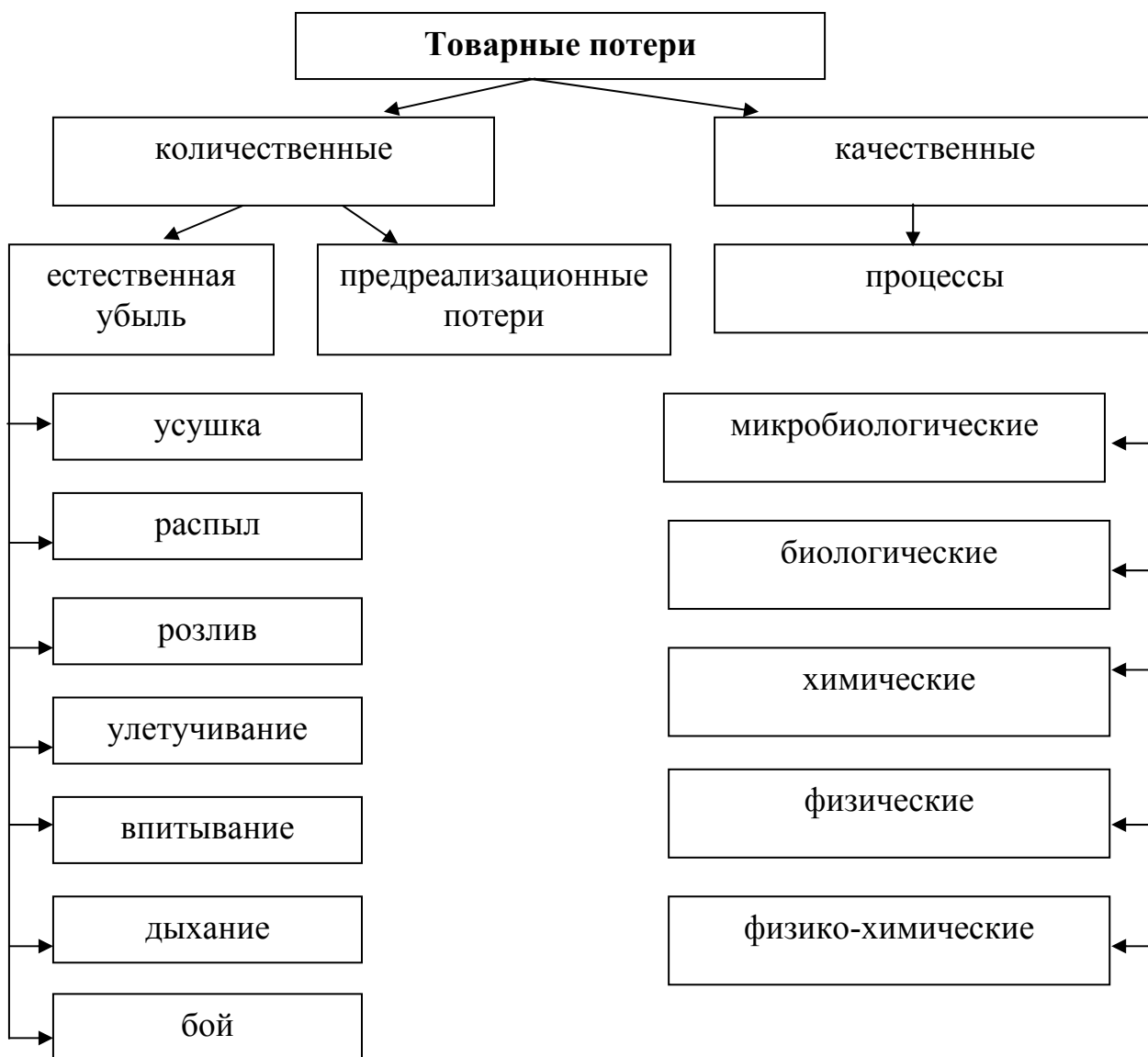


Схема 7

**Количественные потери** – уменьшение массы, объема, длины и других количественных товаров.

**Естественная убыль** – количественные потери, вызываемые процессами, которые свойственны товарам и происходят при транспортировании и хранении.

**Усушка** – одна из основных причин естественной убыли потребительских товаров, содержащих воду даже в небольших количествах.

Так, потери массы свежих плодов и овощей, мяса, рыбы, хлеба, кондитерских изделий на 50–95% состоят из потерь влаги.

**Распыл** (распыление) – свойственен мелкоизмельченным продуктам и происходит за счет удаления части продукта при фасовке, взвешивании.

Характерен для муки, крахмала, соли, круп, стиральных порошков, цемента и др.

**Розлив** (размазывание) – количественные потери жидких продуктов за счет прилипания частиц к стенкам тары.

Этот процесс вызывает потери напитков, меда, красок, олифы, масла растительного и др.

**Бой стеклянной тары** – нормируется для алкогольных, безалкогольных, парфюмерно-косметических товаров, олифы, посуды, зеркал.

*Качественные потери – это потери, обусловленные микробиологическими, биологическими, химическими и физическими процессами.*

Активируемые качественные потери списываются за счет прибыли торговой организации, а нормируемые естественные потери – за счет издержек обращения или производства.

## **Контрольные вопросы к теме 8**

1. Какие основные факторы по обеспечению качества и количества товаров вы знаете?
2. Дайте характеристику формирующим факторам.
3. Что относится к сохраняющим факторам?
4. По каким признакам классифицируется тара?
5. Перечислите современные виды тары.
6. Каковы основные требования, предъявляемые к упаковке?



7. Назовите основные процессы, происходящие при хранении товаров?

8. Какова основная цель и задачи хранения товаров?

9. Какими бывают товарные потери?

10. Охарактеризуйте количественные товарные потери.

### Контрольные задания к теме 8

1. Охарактеризуйте виды естественной убыли с помощью таблицы следующей формы:

Вид естественной убыли	Причина возникновения	Характеристика	Потери каких товаров вызывает
1. Усушка			
2. Улетучивание веществ			
3. Бой стеклотары			

2. Скоропортящимися продуктами являются:

- а) мясо, молоко;
- б) плоды, овощи;
- в) растительное масло;
- г) мука, сахар.

3. На интенсивность испарения воды в продукте влияет:

- а) низкая относительная влажность;
- б) высокая температура;
- в) активная вентиляция.

4. Можно ли хранить рядом («да» или «нет»)?

- а) сливочное масло и мяскопчености;
- б) чай и кофе;
- в) растительное масло и кондитерские изделия.

5. Задача.

На складе произведено снятие остатков колбасы варено-копченой на состояние 15 мая. Предыдущая инвентаризация была проведена 15 марта. Таким образом, инвентаризационный период составил 61 сутки. Поступление, отпуск и остатки колбасы варено-

копченной на основании данных бухгалтерского учета за весь инвентаризационный период определены в следующих количествах:

Дата	Остаток товаров на начало дня	Поступило товаров за день	Отпущено за день	Остаток товаров на конец дня
16.03	-	851	-	851
17.03	851	-	710	141
18.03	141	225	290	76
15.05	1249	-	778	471
Итого:	-	-	13848	58443

Найти: предельный размер естественной убыли колбасы за инвентаризационный период.

## Тема 9. МАРКИРОВКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

### 9.1 Маркировка потребительских товаров

Насыщение рынка разнообразными товарами отечественного и зарубежного производства предоставило потребителю большую свободу выбора. Этим определяется повышенная требовательность потребителей к качеству товара, внешнему виду, упаковке.

Основные сведения о производителе товара, условиях использования и его безопасности, основных потребительских свойствах указаны в маркировке.

*Маркировка – текст, условные обозначения, нанесенные на упаковку или товар для доведения до потребителя информации об изготовителях и потребительских свойствах товара.*

В зависимости от места нанесения различают маркировку производственную и торговую. Требования к производственной маркировке устанавливаются стандартами на маркировку и упаковку. Требования к торговой маркировке устанавливаются правилами продажи отдельных групп товаров.

Производственная маркировка – текст, рисунок или условные обозначения, нанесенные изготовителем на товар и/или упаковку и/или другие носители информации. Носителями производственной маркировки могут быть:

- *Этикетки.*
- *Кольеретки.*
- *Вкладыши.*
- *Ярлыки.*
- *Бирки.*
- *Контрольные ленты.*
- *Клейма.*
- *Штампы.*

Торговая маркировка – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем на товарные или кассовые чеки, упаковку или товар. Носителями торговой маркировки являются:

- *Ценники.*

- *Товарный чек.*
- *Кассовый чек.*

При маркировке товара наносятся специальные обозначения: товарный знак и знаки сопровождения.

**Товарный знак (ТЗ)** – обозначения, способные отличать соответственно товары и услуги одних юридических лиц от однородных товаров и услуг других юридических лиц.

Правовая охрана товарного знака предоставляется на основании государственной регистрации. Право на товарный знак охраняется законом. На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство, которое удостоверяет приоритет товарного знака: исключительное право владельца на товарный знак (часть марки, которую можно произнести, например, Адидас) и марочный знак, эмблему (часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести, например, символ, изображение, отличительная окраска или специфическое оформление).

Для характеристики потребительских свойств товаров применяется *штриховой код*, состоящий из черных и белых полос и цифр.

В странах Европы с 1977 г. используется Европейская система кодирования – EAN (см. рисунок 9.1).

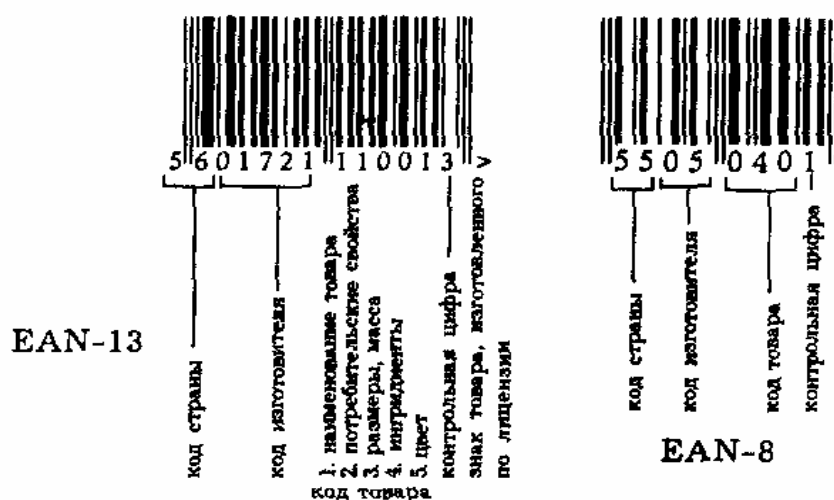


Рис. 9.1 – Штриховой код

В системе EAN может использоваться код, состоящий из штрихов и 13 или 8 цифр, но чаще применяется EAN-13.

*Например: 7290000494616.*

Первые две-три цифры (729) обозначают страну, в которой продукт произведен.

Следующие четыре цифры (0000) – предприятие-изготовитель.

Последующие пять (49461) – наименование товара, его потребительские свойства, размеры, масса, цвет.

Последняя цифра (6) – контрольная, используется для проверки правильности считывания штрихов сканером.

С 1993 года штриховой код должен наноситься на все товары, поступающие в Европу.

Цена товара, выпущенного на рынок без штрихового кода, снижается от 3 до 15% стоимости партии.

Правильность нанесения штрихкода и подлинность товара можно проверить путем проведения простых арифметических действий:

1. Сложить все цифры штрихкода, стоящие на четных местах.
2. Полученную сумму умножить на 3.
3. Сложить все цифры стоящие на нечетных местах, кроме контрольной цифры.
4. Сложить суммы, полученные во 2 и 3 действиях.
5. От полученной суммы отбросить десятки.
6. Полученное единичное число должно совпадать с контрольной цифрой.

Предприятия любой формы собственности, а также лица, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью, для получения права наносить штриховой код представляют в ЮНИСКАН заявление.

Маркировка пищевых продуктов должна производиться в соответствии с требованиями стандартов на упаковку и маркировку. Сведения включают:

- наименование и местонахождение предприятия-изготовителя;
- товарный знак;
- наименование продукции;
- сорт;
- масса нетто;
- обозначение нормативного документа на продукцию;

- условия хранения;
- информационные данные о пищевой и энергетической ценности продукта;
- способ приготовления;
- дату выработки;
- основной состав (рецептура);
- срок хранения.

Маркировка может включать 3 элемента: текст, рисунок и условные обозначения. Условные обозначения (информационные знаки) предназначены для идентификации отдельных или совокупных характеристик товара. Классификация информационных знаков представлена на рисунке 9.2.

**Знаки наименования мест происхождения товаров** – это название страны, населенного пункта или местности, используемые для обозначения товара. Может иметь символику с изображением национального флага.

**Знак соответствия или качества** – защищенный в установленном порядке знак, применяемый или выданный в соответствии с правилами системы сертификации, указывающий на то, что данная продукция соответствует конкретному стандарту. В России утвержден общий знак соответствия системы ГОСТ Р.

**Компонентные знаки** – знаки, предназначенные для информации о применяемых пищевых добавках или иных компонентах, свойственных товару.

**Размерные знаки** – знаки, предназначенные для обозначения конкретных физических величин, определяющих количественные характеристики товаров.

**Эксплуатационные знаки** – знаки, предназначенные для информации потребителя о правилах эксплуатации, способах ухода, монтажа и наладки потребительских товаров.

**Манипуляционные знаки** – знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товарами.

**Предупредительные знаки** – знаки, предназначенные для обеспечения безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров путем предупреждения об опасности или указания на действия по предупреждению опасности.

**Экологические знаки** – знаки, предназначенные для информации об экологической чистоте или экологически безопасных способах их эксплуатации, использования или утилизации.

## 9.2 Технические документы

**Технические документы** – это документы, содержащие информацию о товарах. Подразделяют их на 2 группы:

**1. Товарно-сопроводительные документы (ТСД)** – содержат необходимую и достаточную информацию для идентификации товарных партий на всем пути их товародвижения. Они предназначены для изготовителей и продавцов, поэтому относятся к коммерческой информации.

В зависимости от характеристик товара ТСД подразделяют на виды:

- **Количественные документы** – это технические документы, предназначенные для передачи и хранения информации о количественных характеристиках товаров или товарных партий. В них содержатся сведения, идентифицирующие товар. К ним относятся: заборные листы, спецификации, коммерческие акты, акты отбора образцов.

- **Качественные документы** – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о качестве товаров. К ним относятся: все виды сертификатов, качественные удостоверения.

- **Заявления-декларации** – документы, подтверждающие под персональную ответственность изготовителя соответствие продукции установленным требованиям. Этот документ также служит основанием для выдачи сертификатов.

- **Расчетные документы** – документы, предназначенные для документального оформления соглашения о ценах, оплате транспортных расходов и прочие документы. К ним относятся: протокол согласования цены, счет, счет-фактура и иные документы о ценах.

- **Комплексные документы** – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о количественных, качественных и стоимостных характеристиках товаров и товарных партий и учета их в процессе товародвижения. К ним относятся: приходно-расходные накладные, товарно-транспортные накладные, железнодорожные накладные.



Ручная стирка



Стирать при температуре не более 40°C



Стирать при температуре не более 30°C



Стирать при температуре не более 60°C



При стирке не требуется осторожность, изделие можно кипятить



Изделие стирать нельзя



Машинная стирка



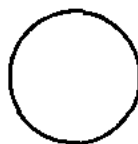
Запрещена машинная стирка



Нельзя употреблять хлорированное отбеливание



Изделие можно отбеливать с помощью средств, отщепляющих хлор



Химическая чистка



Химической чистке подвергать нельзя



Химическая чистка должна проводиться с применением тетрахлорэтилена или тяжелого бензина



Изделие можно чистить всеми общепринятыми растворителями, но при химической чистке требуется осторожность



При химической чистке требуется особая осторожность



Сушить на вешалке



Нельзя гладить



Гладить при температуре не более 120°C



Гладить при температуре не более 160°C



Гладить при температуре не более 180°C

Рис. 9.2 – Символы по уходу за изделиями



**2. Эксплуатационные документы (ЭД)** – документы, предназначенные для передачи и хранения информации о правилах эксплуатации сложнотехнических товаров. Они рассчитаны на использование их лицами, не прошедшими специальную подготовку. К ним относятся следующие документы:

- **Руководство по эксплуатации** – ЭД, предназначенный для обеспечения потребителя всеми сведениями, необходимыми для правильного использования и обслуживания изделия.

- **Этикетка** – ЭД, предназначенный для изложения основных показателей и сведений, требующихся для эксплуатации изделия.

- **Паспорт** – ЭД, удостоверяющий гарантированные изготовителем основные параметры и характеристики изделия.

- **Паспорт безопасности вещества** – ЭД, предназначенный для обеспечения потребителя достоверной информацией по безопасности применения, хранения, транспортировки и утилизации веществ и материалов.

### **Контрольные вопросы к теме 9**

1. Дайте характеристику понятиям: маркировка, товарный знак, знак сопровождения.

2. Назовите требования стандартов, предъявляемые к маркировке.

3. Объясните как расшифровывается штриховой код.

4. Что обозначают индексы, проставленные на упаковке?

5. Какие знаки сопровождения вы знаете?

6. Что такое технические документы и для чего они нужны.

7. Назовите технические документы, которые необходимы для количественной идентификации товарных партий.

8. Перечислите и дайте краткую характеристику эксплуатационным документам.

### **Контрольные задания к теме 9**

1. Обязательными сведениями, которые должны быть отражены в маркировке товаров, являются:

а) информация о сертификации;

- б) калорийность;
- в) функциональные возможности;
- г) гарантии производителя;
- д) об изготовителях и предприятиях, обслуживающих товар;
- е) все перечисленное.

2. Перечислите основные параметры, по которым определяется подлинность сертификата.

3. Дайте расшифровку штрихового кода:

- а) 404 \_\_\_\_\_;
- б) 0300 \_\_\_\_\_;
- в) 31903 \_\_\_\_\_;
- г) 3 \_\_\_\_\_.

4. Штриховой код товара: 4 605496000945.

Определите подлинность товара методом вычисления контрольной цифры.

5. Индексы, проставленные на упаковке продуктов питания, обозначают:

- а) данный товар безопасен для потребителя;
- б) качество фирменного товара;
- в) изделия, поддающиеся переработке;
- г) разрешенные к применению пищевые добавки.

6. К техническим документам, содержащим информацию о товарах, не относятся:

- а) заявления-декларации;
- б) коммерческий акт;
- в) счет-фактура;
- г) акты об установленном расхождении в количестве товаров;
- д) сертификат соответствия.

## **Тема 10. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ИЗГОТОВИТЕЛЯ (ПРОДАВЦА) ЗА КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОДУКЦИИ**

В России, взявшей курс на построение правового государства, эффективно проводится политика защиты прав потребителей.

Под **политикой защиты прав потребителей** понимается система государственных и общественных мер правового, экономического, финансового и психологического характера, направленная на удовлетворение потребностей потребителя в качественных товарах (услугах), безопасных для жизни и здоровья потребителя.

Законодательство о защите прав потребителей представляет собой систему нормативных актов различного уровня.

Среди нормативных актов о защите прав потребителей (Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ и т.д.) особое место занимает Закон РФ «О защите прав потребителей». Данный закон не только усилил социальные гарантии граждан, но и повысил ответственность производителей, исполнителей, продавцов за качество своей продукции.

Законом РФ «О защите прав потребителей» определено, что он:

- регулирует отношения между потребителями и предпринимателями;
- устанавливает права потребителей на приобретение товаров (услуг) надлежащего качества;
- устанавливает права потребителей на получение информации о товарах (услугах) и их изготовителях, просвещение потребителей;
- устанавливает права на государственную и общественную защиту интересов потребителей;
- определяет механизм реализации всех прав.

Законом о защите прав потребителей определены основные понятия:

- срок службы,
- срок годности,
- гарантированный срок.

**Срок службы товара** – установленный изготовителем период времени, в течение которого потребитель может использовать товар по назначению и быть уверенным в его безопасности, а изгото-

тель несет ответственность перед потребителем за возникающие в товаре существенные недостатки.

На некоторые товары, которые по истечении определенного времени могут быть опасными для жизни, здоровья или имущества потребителей, установление срока службы является обязательным.

Перечень таких товаров установлен Постановлением Правительства РФ № 720 от 6 июня 1997 года. К таким товарам относятся:

- товары для детей – игрушки, коляски, детские велосипеды, видеоигры;
- предметы обстановки дома – диваны, кресла-кровати, матрацы;
- хозяйственные товары – электробытовые товары, бытовые станки, аппаратура газовая бытовая;
- культтовары – бытовая радиоэлектронная аппаратура, вычислительная техника, музыкальные инструменты;
- спортивные товары.

В тех случаях, когда изготовитель не установил срок службы на товары, включенные в перечень, он несет ответственность за причиненный вред без ограничения времени.

**Срок годности** – это период времени, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению.

Перечень товаров, на которые обязательно устанавливается срок годности, определен постановлением Правительства РФ №720.

В этот перечень включены следующие товары:

- изделия бараночные, пироги, пирожки;
- конфеты, шоколад;
- мучные кондитерские изделия;
- растительные масла;
- продукция консервной промышленности;
- мясо и мясопродукты;
- рыбные продукты;
- продукты детского питания;
- товары бытовой химии;
- косметические средства и т.д.

**Гарантийный срок** – период времени, в течение которого изготовитель принимает на себя повышенные обязательства перед потребителем.

В период гарантийного срока изготовитель может устранить недостатки товара, возникшие по его вине, за свой счет, а в некоторых случаях – заменить товар на новый.

Гарантийный срок устанавливается с момента передачи товара потребителю, поэтому необходимо иметь документы, подтверждающие дату продажи – товарный или кассовый чек или отметку в техническом паспорте о дате продажи.

Защиту интересов потребителей осуществляют различные федеральные органы исполнительной власти и их территориальные органы (Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства, Госстандарт, Министерство здравоохранения, Министерство торговли и т.д.), органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей.

### **Контрольные вопросы к теме 10**

1. Объясните, что значит политика защиты прав потребителей?
2. Какие основные понятия определены Законом «О защите прав потребителей»?
3. Какие права имеет потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества?
4. Что является основанием для предъявления потребителем претензий из-за ненадлежащего качества товара?
5. Как исчисляется гарантийный срок товара или срок службы?
6. В какие сроки должны быть заменены товары ненадлежащего качества?
7. Каков порядок обмена товара ненадлежащего качества?

### **Контрольные задания к теме 10**

1. Ситуация 1.

20 октября покупательница Суровцева О.П. купила в магазине «Галантерея» сумку стоимостью 25 у.е. Сумка не подошла дочери по цвету, а потому 23 октября Суровцева обратилась к директору магазина с требованием обменять сумку или вернуть деньги (товарный чек и ярлык сохранены).

Какое решение должен принять директор магазина?

## 2. Ситуация 2.

26 июня покупатель Попов С.Н. купил в магазине кофемолку стоимостью 400 рублей, а на следующий день обнаружил, что в паспорте на кофемолку отсутствует штамп магазина и гарантийный талон.

Как следует разрешить создавшуюся ситуацию?

## 3. Ситуация 3.

15 июня к директору универмага обратился покупатель Жуков С.П. с требованием немедленно и безвозмездно предоставить ему электробритву, т.к. купленная им 15 мая в данном универмаге электробритва не работает и сдана в мастерскую для гарантийного ремонта.

Какое решение должен принять директор универмага?

## 4. Ситуация 4.

20 июня покупатель Зуев А.А. купил в универмаге без предварительной примерки туфли летние, размер 27,5, стоимостью 1,2 тыс. рублей. 27 июня покупатель обратился к директору универмага с требованием обменять обувь, ссылаясь на то, что левая полупара несколько больше правой.

Какое решение должен принять директор универмага?

## 5. Ситуация 5.

1 июля к директору коммерческого магазина обратился покупатель Яковлев С.Н. с просьбой обменять туфли мужские, размер 27,5, стоимостью 700 рублей по той причине, что обнаружилась трещина верхнего лицевого слоя на правой полупаре. Туфли куплены 25 июня, что подтверждается товарным чеком.

Как должен поступить директор магазина?

## КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

### Вариант №1

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### Задание №1

1. Какие основные сведения должна содержать информация о продовольственных товарах?
2. Какие виды классификации товаров существуют?
3. Что такое товароведение?

### Задание №2

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

#### **1. Что изучает товароведение?**

- а) особенности и классификацию товаров;
- б) потребительские стоимости товаров;
- в) качество и технологию производства товаров.

#### **2. Субъектами товароведной деятельности не являются:**

- а) потребители товаров;
- б) технологи;
- в) маркетологи;
- д) товароведы.

#### **3. Идентификация – это:**

- а) инструмент для определения фальсификации;
- б) установление соответствия наименования товара;
- в) установление совпадения чего-либо с чем-либо;
- г) глубокое исследование товара.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации трикотажных изделий иерархическим методом, используя следующие классификационные группировки:

✓ изделия бельевые, изделия чулочно-носочные, верхний трикотаж, жакеты из шерстяной пряжи, жакеты из синтетических нитей, джемперы, жакеты, майки, носки и так далее.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

Рассчитайте структуру ассортимента магазина «Товары для дам» если известно, что в ассортименте магазина присутствуют следующие товарные группы: платья 165 наим., костюмы 88 наим., юбки 42 наим., свитеры 41 наим., брюки 90 наим., блузки 76 наим., нижнее белье 110 наим.

### **Ситуация**

Покупательница Полянская И.И., проживающая в г. Томске, купила в магазине стенку фирмы «Шатура-мебель» за 800 у.е. Привезенная домой стенка оказалась бракованной. Заменить стенку магазин отказался, предложив разные варианты ремонта.

**Как покупатель должен защитить свои интересы?**

### **Вариант №2**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- кратко ответить на вопросы
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### **Задание №1**

1. Перечислите факторы, формирующие качество товаров.
2. Какая специальная информация должна сопровождать сложнотехнические товары?



3. Дайте определение товароведения.

### **Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

#### **1. Принципы товароведения:**

- а) систематизация;
- б) производить то, что надо потребителю;
- в) безопасность;
- г) соотношение спроса и предложения;
- д) эффективность.

#### **2. В задачи коммерческого товароведения не входит:**

- а) изучение и определение потребительских свойств товаров;
- б) повышение уровня жизни людей, влияние на их образ жизни;
- в) мероприятия по планированию производства товаров;
- г) умение быстро и правильно ориентироваться в вопросах спроса.

#### **3. Товар как объект товароведной деятельности имеет характеристики:**

- а) стоимостную;
- б) социальную;
- в) физиологическую;
- г) ассортиментную;
- д) качественную.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации молочных товаров иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

✓ Сметана, молочные товары, молоко, кисломолочные товары, кефир, йогурт, кисломолочные напитки, сметана жирность 15%, сметана жирность 20%, сметана жирность 10%.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

## **Задача №2**

К каким видам ассортимента можно отнести ассортимент магазина «ГУМ».

**Объясните Ваш выбор.**

### **Ситуация**

К директору магазина «Колос» обратилась возмущенная покупательница и положила на стол булку хлеба, в которой на срезе видны нити от мешковины.

**Что должен предпринять директор магазина?**

## **Вариант №3**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- кратко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### **Задание №1**

1. Что такое добровольная сертификация товаров?
2. Что такое теоретическая и практическая энергетическая ценность товаров?
3. Перечислите факторы, формирующие качество товаров.

### **Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. К методам научного познания, применяемым в товароведении, относятся:**

- а) аналитические;
- б) технологические;
- в) оценки качества;
- г) эмпирические;
- д) методы управления.

**2. Способы кодирования товаров:**

- а) параллельный;
- б) измерительный;
- в) обобщение;
- г) порядковый;
- д) групповой;
- е) последовательный.

**3. Цель сертификации товаров:**

- а) защита интересов потребителей в вопросах качества и номенклатуры товаров;
- б) совместимость и взаимозаменяемость продукции;
- в) защита потребителя от недобросовестности изготовителя.

**Задача №1**

Составить графическую схему классификации плодоовощных товаров иерархическим методом, используя следующие классификационные группировки:

✓ компот из сливы, компот из вишни, компот фруктовый, плодоовощные товары, свежие плоды, свежие овощи, плодоовощные консервы, вишня свежая, абрикосы свежие, томаты свежие, огурцы свежие, консервы из овощей, консервы из плодов.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

**Задача №2**

Вы товаровед специализированного магазина «Парижанка». Составьте ассортиментный перечень товаров, реализуемых в Вашем магазине.

**Объясните, почему Вы выбрали именно этот ассортимент.**

**Ситуация**

При оценке качества сельди тихоокеанской обезглавленной крупной соленой установлено: рыба упитанная, на поверхности легкие пожелтевшие пятна, консистенция недостаточно плотная, вкус и запах приятные, свойственные соленой рыбе.

**Дайте заключение о качестве данного образца.**

**- Укажите по каким показателям следует провести обязательную сертификацию.**

**- Можно ли реализовать сельдь, если нет сертификата соответствия?**

### **Вариант №4**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

#### **Задание №1**

1. Как маркируют товары?
2. Что такое экспертиза товаров?
3. Каково значение в питании человека минеральных веществ, входящих в состав многих пищевых продуктов?

#### **Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. Сложный ассортимент товаров характерен для:**

- а) продовольственных складов;
- б) универсамов;
- в) специализированных магазинов;
- г) магазинов повседневного спроса.

**2. Свойствами ассортимента не являются:**

- а) гармоничность;
- б) безотказность;
- в) широта ассортимента;
- г) надежность;
- д) новизна.

**3. Градация качества – это:**

- а) установление различий в требованиях к качеству;

б) сравнение действительных и базовых значений показателей качества;

в) совокупность операций по выбору номенклатуры показателей, определению их действительного значения.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации парфюмерно-косметических товаров иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

➤ гигиенические товары, парфюмерия, косметика, декоративная косметика, крем для ухода за кожей лица, крем для рук, крем для ног, крем для ухода за сухой кожей лица, крем по уходу за кожей век, крем для нормальной и комбинированной кожей лица, скраб для лица, тональный крем.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

Рассчитайте структуру ассортимента магазина «Детские товары» если известно, что в ассортименте магазина присутствуют следующие товарные группы: комбинезоны 23 наименования, платья для девочек 56 наим., костюмы для мальчиков 62 наим., юбки 33 наим., свитеры для девочек 23 наим., свитеры для мальчиков 31 наим., брюки для мальчиков 42 наим., брюки для девочек 18 наименований.

### **Ситуация**

Покупатель Сидоров И.И. просит продавца взвесить ему 500 гр. колбасы полукопченой и нарезать ее. На просьбу покупателя продавец наотрез отказалась, но покупатель настаивает на своей просьбе.

**Кто прав в этой ситуации и как ее разрешить?**

### **Вариант №5**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;

- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### **Задание №1**

1. Что такое идентификация?
2. Как классифицируются продовольственные товары?
3. Перечислите основные виды экспертизы?

### **Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. Совокупность сортов, относящихся к одноименному товару называется:**

- а) брак;
- б) пересортица;
- в) дефект;
- г) сортамент.

**2. Законом о защите прав потребителей определены основные понятия:**

- а) гарантийный срок;
- б) порядок обмена;
- в) размер неустойки;
- г) срок службы товара;
- д) порядок доставки товаров;
- е) срок устранения недостатков, обнаруженных в товарах;
- ж) все перечисленное.

**3. Фальсификация – это:**

- а) обман потребителя с помощью ложной информации о товаре;
- б) замена одного товара другим (заменителем);
- в) подделка товаров с помощью добавок;
- г) все перечисленное.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации мясных товаров иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

✓ колбаса вареная, колбаса свиная, колбаса любительская, колбаса полукопченая, мясные товары, мясо свежее, пастрома, колбасные изделия, сосиски, колбаса диабетическая, мясные полуфабрикаты, пельмени.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

Вы – товаровед специализированного магазина «Обувь». Известно:

- магазин S торгового зала = 100 м,
- складское помещение S = 50 м,
- магазин расположен на пути покупательских потоков.

**Составьте ассортиментный минимум (перечень) товаров.**

### **Ситуация**

При оценке качества рыбных консервов было установлено наличие деформированных банок; содержимое деформированной банки незначительно пострадало; срок годности не истек.

**Дайте заключение о качестве данных консервов.**

- **Укажите виды дефектов, которые здесь присутствуют.**
- **Можно ли реализовать подобные консервы?**

### **Вариант №6**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### Задание №1

1. Кто является основоположником науки товароведения?
2. Что такое фальсификация?
3. Кто является инициатором проведения обязательной сертификации товаров?

### Задание №2

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. Управление качеством продукции – это:**

- а) конкурентоспособность продукции;
- б) формирование ассортимента;
- в) каналы распределения товаров;
- г) контроль и оценка качества продукции.

**2. К потребительским свойствам продуктов питания относятся:**

- а) химические;
- б) биологические;
- в) физические;
- г) энергетическая ценность;
- д) пищевая ценность.

**3. К информационным сведениям о товаропроизводителях и товарах относятся:**

- а) газеты и журналы;
- б) реклама;
- в) упаковка;
- г) потребительские свойства;
- д) знаки сопровождения.

### Задача №1

Составить графическую схему классификации ювелирных товаров иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

➤ золотые кольца, изделия из золота, изделия из золота и камней, серебряные серьги, золотые браслеты, предметы личного ук-



рашения, предметы для сервировки стола, предметы туалета, бриллианты, золото, серебро, серебряные кольца, серебряные цепи.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

Рассчитайте коэффициент широты ассортимента твердых сыров, находящихся в продаже в магазине «Продукты» если известно, что в ассортименте магазина имеются 14 наименований сыров, а на предприятиях оптовой торговли и у производителя 52 наименований твердых сыров.

**Объясните, для чего рассчитывается показатель широты ассортимента? Что этот показатель иллюстрирует?**

### **Ситуация**

Покупатель Иванов С.С. купил в магазине «Обувь» мужские туфли стоимостью 500 руб. Продавец упаковывает туфли в полиэтиленовый пакет и требует покупателя оплатить стоимость пакета. Покупатель отказывается. Продавец вынимает туфли из пакета и пытается вручить их покупателю. Однако покупатель требует вернуть их в бумагу или упаковать туфли в коробку. Продавец отвечает отказом.

**Кто прав в этой ситуации и как ее разрешить?**

**Объясните ситуацию, используя «Закон о защите прав потребителей».**

### **Вариант №7**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### **Задание №1**

1. Перечислите факторы, сохраняющие качество товаров.

2. Какова товароведная классификация непродовольственных товаров?

3. Что такое технические документы?

### **Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. Предреализационные дефекты возникают при:**

- а) несоблюдении производственных процессов;
- б) эксплуатации товаров;
- в) подготовке к продаже товаров;
- г) хранении;
- д) транспортировании.

**2. Для обеспечения надлежащего уровня контроля качества на разных этапах товарной стадии должны быть обеспечены:**

- а) приемка товаров по количеству;
- б) идентификация;
- в) фальсификация;
- г) технология производства;
- д) приемка товаров по качеству.

**3. Экологические знаки сопровождения – это:**

- а) знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товарами;
- б) знаки, предназначенные для обеспечения безопасности потребителя;
- в) знаки, предназначенные для информации об экологической чистоте потребляемых товаров.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации тканей иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

✓ шелковые ткани, хлопчатобумажные ткани, натуральные ткани, искусственные ткани, синтетические ткани, натуральный шелк, искусственный шелк, крепдешин, бархат, велюр.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

В ассортименте магазина «Чай-Кофе» имеются 62 наименования чая. В российских стандартах предусмотрено 84 наименования.

**Рассчитайте показатель полноты ассортимента. Объясните значение этого показателя в товароведной деятельности.**

### **Ситуация**

15 июня к директору универсама обратился покупатель Жуков С.П. с требованием немедленно и безвозмездно предоставить ему электробритву, т.к. купленная им 15 мая в данном универсаме электробритва не работает и сдана в мастерскую для гарантийного ремонта.

**Какое решение должен принять директор универсама?**

### **Вариант №8**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### **Задание №1**

1. Что такое органолептическая оценка качества товаров?
2. Перечислите показатели климатического режима хранения товаров.
3. Что такое иерархическая классификация товаров? В чем ее преимущества перед фасетной классификацией?

### **Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. Биологически активные вещества, входящие в состав клеток и тканей, – это:**

- а) углеводы;

- б) кальций;
- в) жиры;
- г) витамины;
- д) калий, медь, железо.

**2. К потребительским свойствам недовольственных товаров не относят:**

- а) функциональные;
- б) энергетические;
- в) физиологические;
- г) социальные;
- д) безопасности.

**3. На интенсивность испарения воды в продукте не влияет:**

- а) низкая относительная влажность;
- б) высокая температура;
- в) активная вентиляция.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации кондитерских товаров иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

➤ сахаристые изделия, мучные изделия, кондитерские товары, конфеты, карамель, шоколад, карамель «театральная», карамель «лимон», фруктовые изделия, мармелад, зефир, какао.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

В магазине «Колбасы и копчености» устойчивым спросом пользуются 16 наименований мясопродуктов из 42 имеющихся в наличии.

**Рассчитайте коэффициент устойчивости ассортимента. От чего зависит устойчивость ассортимента? Как этот показатель используется в маркетинговых исследованиях? Что он показывает?**

**Ситуация**

1 августа директору коммерческого магазина обратился покупатель Яковлев С.Н. с просьбой обменять туфли мужские, размер 27,5, стоимостью 700 рублей по той причине, что обнаружилась трещина верхнего лицевого слоя на правой полупаре. Туфли куплены 25 июня, что подтверждается товарным чеком.

**Как должен поступить директор магазина?**

**Вариант №9**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

**Задание №1**

1. Перечислите показатели количественной характеристики товаров.
2. Каковы требования к маркировке товаров?
3. Что такое торговая марка и чем она отличается от торгового знака?

**Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. Значение тары:**

- а) побуждение к покупке;
- б) формирование знаний о товаре;
- в) реклама товаров;
- г) обеспечение перемещения, хранения и доставки товаров.

**2. Автолиз – это:**

- а) расщепление безазотистых органических веществ;
- б) процесс распада белков;
- в) ферментативный процесс саморастворения.

**3. Скоропортящимися продуктами считают:**

- а) мясо, молоко;
- б) плоды, овощи;
- в) мука, сахар;
- г) растительное масло;
- д) сухофрукты.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации рыбных товаров иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

✓ рыба свежемороженая, минтай свежемороженный, хек свежемороженный, рыбные товары, рыбные консервы, рыба копченая, рыба вяленая, скумбрия холодного копчения, шпроты, сельдь натуральная в масле, вобла вяленая.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

Одним из направлений ассортиментной политики магазина «Мебель для детей» является регулярное обновление ассортимента мебели для детей. Ежемесячно в ассортименте магазина появляется 4 новых образца детских кроватей из 16 имеющихся в наличии.

**Рассчитайте коэффициент новизны ассортимента. Перечислите причины, которые побуждают продавца обновлять ассортимент мебели. Есть ли риск в такой политике предприятия?**

### **Ситуация**

26 июля покупатель Попов В.В. купил в магазине кофемолку стоимостью 700 руб., а на следующий день обнаружил, что в паспорте на кофемолку отсутствует штамп магазина и гарантийный талон.

**Как следует разрешить данную ситуацию?**

## **Вариант №10**

**Вам необходимо выполнить следующие задания:**

- коротко ответить на вопросы;
- отметить правильный ответ теста;
- решить задачу;
- проанализировать приведенные ситуации.

### **Задание №1**

1. Какие товары можно считать скоропортящимися?
2. Что такое качественные документы?
3. Перечислите показатели ассортимента.

### **Задание №2**

**Выберите правильный вариант ответа и отметьте его.**

**1. К формирующим факторам по обеспечению качества и количества товаров не относятся:**

- а) потребление;
- б) технология производства;
- в) упаковка;
- г) реализация;
- д) сырье.

**2. К количественным товарным потерям относят:**

- а) удаление головы и плавников у рыбы;
- б) бой стеклянной тары;
- в) физические процессы;
- г) улетучивание;
- д) утряска.

**3. Обязательной сертификации подлежат товары:**

- а) обувь;
- б) часы механические;
- в) велокамеры;
- г) мебельные гарнитуры;
- д) принадлежности для любительского рыболовства;
- е) школьно-письменные принадлежности.

### **Задача №1**

Составить графическую схему классификации вкусовых товаров иерархическим методом; используйте следующие классификационные группировки:

✓ вкусовые товары, водка, крепкие спиртные напитки, виски, ром, вино виноградное, вино виноградное сухое, вино виноградное полусладкое, чай, кофе, чай индийский, чай «Вдохновение» индийский, алкогольные напитки, пряности, приправы, мускат, перец, соль, уксус.

**Укажите признаки, положенные в основу построенной Вами системы классификации.**

### **Задача №2**

В ассортименте магазина «Чулки-носки» 89 наименований чулок и 90 наименований носок. В ассортименте оптовых баз 165 наименований чулок и 106 наименований носок. Магазин ежемесячно обновляет ассортимент в количестве 15 наименований каждого изделия. Устойчивым спросом пользуется 48 наименований чулок и 59 наименований носок.

**Рассчитайте структуру ассортимента, коэффициент широты, новизны и устойчивости. Оцените эти показатели с точки зрения товароведа. Какие шаги может предпринять товаровед, чтобы улучшить эти показатели?**

### **Ситуация**

Покупатель Громова И.Ю. приобрела швейную машину «Чайка» Подольского завода, которая по вине изготовителя вышла из строя в период гарантийного срока. Покупатель потребовала замены изделия на машину той же марки. Директор магазина согласилась заменить товар на аналогичный, требуя доплаты разницы в цене, равную 42 у.е., так как цена на машину к моменту обмена повысилась.

**Как разрешить создавшуюся ситуацию?**



## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. – М.: Норма, 1999.
2. Теплов В.И., Сероштан М.В., Боряев В.Е., Панасенко В.А. Коммерческое товароведение. – М.: Дашков и К, 2000.
3. Дашков Л.П., Памбучхиянц В.К. Коммерция и технология торговли. – М.: Маркетинг, 1999.
4. Алексеев Н.С., Ганцов М.К., Кутянин Г.И. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: Учебник. – М.: Экономика, 1988.
5. Колесник А.Г., Елизарова Л.Г. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров. Учебник для ВУЗов. – М.: Экономика, 1990.
6. Панкратов Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности: Учебное пособие. – М.: Маркетинг, 1999.
7. О защите прав потребителей. Закон РФ в редакции Федерального закона от 9 января 1996 г. №2 – ФЗ.
8. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг», 1993.
9. Правила продажи отдельных видов товаров. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 г №55.
10. Справочник товароведа продовольственных товаров. – М.: Экономика, 1987.
11. Справочник товароведа. Непродовольственные товары. – М.: Экономика, 1998–1999.