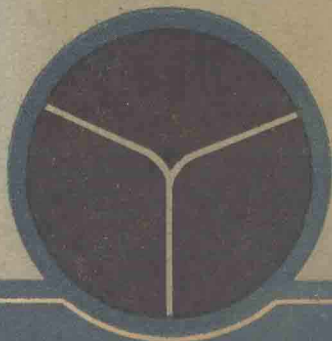


ПРОФЕССИОНАЛЬНО-

ТЕХНИЧЕСКОЕ УЧИЛИЩЕ

О.В. Ермакова

**ВВЕДЕНИЕ
В ТОВАРОВЕДЕНИЕ
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ
ТОВАРОВ**





О.В. Ермакова

**ВВЕДЕНИЕ
В ТОВАРОВЕДЕНИЕ
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ
ТОВАРОВ**

**Одобрено Ученым советом Государственного комитета СССР
по профессионально-техническому образованию
в качестве учебника для средних
профессионально-технических училищ**



МОСКВА «ЭКОНОМИКА»

1985

Рецензенты:

Доцент, канд. техн. наук В. И. Гуков (Московский институт народного хозяйства имени Г. В. Плеханова), канд. техн. наук А. Я. Володенков (Заочный институт советской торговли).

Е $\frac{3503000000-134}{011(01)-85}$ 117-85

ПРЕДМЕТ И СОДЕРЖАНИЕ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

**§ 1. Понятие о товаре
и потребительной стоимости**

Термин «товароведение» можно расшифровать как изучение (ведение) товаров. Так что же является товаром? В процессе жизни человека окружает множество предметов, представляющих собой продукты труда человека и созданные им для удовлетворения своих или общественных потребностей.

Продукт труда человека становится товаром лишь в том случае, если он создан для продажи. Отсюда вытекает одно из определений товара как продукта труда, созданного для продажи. Например, валенки, изготовленные крестьянином для продажи, будут являться товаром, а изготовленные для удовлетворения собственных нужд — нет.

Однако чтобы быть проданным, товар должен найти покупателя, т. е. должен обладать свойствами, удовлетворяющими какие-либо человеческие потребности. Например, одежда должна защищать от холода; стиральные машины, пылесосы и полотеры — облегчать домашний труд; косметические товары — предохранять кожу от вредных воздействий внешней среды и т. д.

Вещь, изготовленная без учета общественных потребностей, не может являться товаром. Способность товара удовлетворять конкретные потребности человека определяет полезность вещи. «Полезность вещи делает ее потребительной стоимостью»¹.

Потребительная стоимость присуща всем продуктам труда, созданным как для обмена, так и для личного потребления.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т. 23, с. 44.

Потребительную стоимость продуктов труда, созданных для личного потребления, называют индивидуальной, а потребительную стоимость продуктов труда, созданных для удовлетворения общественных потребностей, т. е. товаров, — общественной.

Не следует отождествлять понятие «потребительная стоимость» и «стоимость» товара.

Стоимость — это экономическая категория, присущая только товарам. Она создается общественно полезным трудом, затраченным на производство товара, и позволяет приравнивать их друг к другу в процессе обмена.

Разница стоимости автомобиля и велосипеда, например, обуславливается неодинаковым количеством общественного труда, затрачиваемого на их изготовление.

Потребительная стоимость определяется свойствами данного товара и проявляется лишь при его использовании или потреблении.

Иногда один и тот же товар может удовлетворять различные потребности людей. Так, пряжа, предназначенная для изготовления одежды, в руках художника превращается в оригинальное произведение искусства. Одновременно одни и те же потребности можно удовлетворять, используя разные товары. Например, для нагрева воды можно использовать электроплитки, погружные кипятильники, электрические чайники и самовары.

Потребительная стоимость вещи может изменяться под воздействием научно-технического прогресса и других факторов. Например, с появлением цветного телевидения снизилась «полезность» телевизоров для приема черно-белого изображения.

Свойства товаров народного потребления, проявляющиеся при его использовании потребителем для удовлетворения материальных и культурных потребностей, называют *потребительскими*.

§ 2. Предмет и метод товароведения

Приобретая товар, человек оценивает его потребительную стоимость, т. е. полезность. Работники торговли, предлагая товар покупателям, должны знать потребительные стоимости различных товаров, их сравнительные характеристики. В этом им и помогает «товароведение» — наука, изучающая потребительные стоимости товаров.

Товароведение, как и любая другая наука, находится в постоянном развитии. Если раньше товароведение но-

сило в основном описательный характер, изучало лишь свойства готовых изделий, то сейчас все больше возрастает его значение в активном воздействии на расширение ассортимента товаров и улучшение их качества.

В связи с этим изменилось содержание *предмета товароведения*, под которым понимают проявление, формирование и развитие ассортимента и качества товаров в производстве, обращении и потреблении.

Товароведение непродовольственных товаров состоит из общей части (введения) и специальной. В общей части рассматриваются вопросы, единые для всех товаров, в специальной — изучаются ассортимент и качество отдельных групп товаров: текстильных, радиотоваров, мебели и т. п.

Изучая потребительные стоимости товаров народного потребления, формирование и развитие их ассортимента и качества, товароведы используют знания и сведения из естественных, технических, общественных и других научных дисциплин. Изучая эти вопросы в постоянном развитии и взаимосвязи, товароведение пользуется диалектическим методом познания.

Таким образом, *методом товароведения* является комплексный социально-экономический и естественно-технический системный подход к изучению ассортимента и качества товаров и разработке рекомендаций по их совершенствованию в общественном воспроизводстве.

§ 3. Возникновение и развитие товароведения

Возникновение товароведения связано с расширением торговых отношений между государствами, появлением большого количества «заморских» товаров. Поэтому возникла необходимость в описании и изучении новых видов товаров. Первая в России книга с описанием «всяких земель» товаров была издана в 1575 г. под названием «Торговая книга».

В развитии товароведения с момента возникновения и по сегодняшний день можно отметить три наиболее ярко выраженных этапа: товароведно-описательный, товароведно-технологический и товароведно-формирующий. Рассмотрим подробнее каждый из этих этапов.

Период с середины XVI до начала XVIII в. называют *товароведно-описательным*; он характеризовался созданием руководств с описанием свойств и способов ис-

пользования различных товаров. Описание товаров проводилось без какой-либо систематизации.

Период развитого капитализма характеризуется тем, что простое описание товаров уже не удовлетворяло ни производителей, ни потребителей. Потребовались специалисты, знающие и технологию производства товаров, и торговое дело.

Создание коммерческих училищ способствовало возникновению товароведения как учебной дисциплины. Первое в России, а также в Европе коммерческое училище было открыто в 1772 г. в Москве, а в 1810 г. — Московская практическая академия коммерческих наук.

Организация и преподавание товароведения в этом учебном заведении связаны с именем основоположника отечественного товароведения Модеста Яковлевича Киттары. В 1860 г. в труде «Публичный курс товароведения», наиболее значительном литературном труде по товароведению в дореволюционный период, он изложил научные основы курса, впервые сделал попытку дать рациональную классификацию товаров, указывал на связь товароведения с естественными науками.

Высшим коммерческим учебным заведением в России были Высшие коммерческие курсы, основанные в 1906 г. В 1907 г. они были переименованы в Московский коммерческий институт, на базе которого в 1918 г. был создан Московский институт народного хозяйства имени К. Маркса (с 1924 г. институт носит имя Г. В. Плеханова).

Преподавание товароведения в этом институте осуществлялось под руководством профессоров П. П. Петрова (1850—1928 гг.) и Я. Я. Никитинского (1854—1924 гг.). Эти ученые большое внимание уделяли изучению влияния производственных процессов на качество товаров, разработке методов контроля их качества, рациональных условий хранения. Под их редакцией в 1906 г. вышел фундаментальный учебник «Руководство по товароведению с необходимыми сведениями из технологии» в двух томах (первый том — товароведение непродовольственных товаров, второй — товароведение продовольственных товаров).

В настоящее время товароведение продовольственных и непродовольственных товаров существует как две самостоятельные дисциплины.

Период с начала XVIII до начала XX в. называют *товароведно-технологическим*, так как основное внимание

уделялось изучению свойств товаров и влиянию на них технологических процессов производства.

Третий этап развития товароведения, который продолжается по настоящий период, называют *товароведно-формирующим*. Товароведение стало активно влиять на формирование ассортимента и качества товаров, привлекая специалистов торговли к разработке нормативов и методов определения показателей качества товаров, к участию в процессе стандартизации. Даже толкование термина «товароведение» в последнее время понимается более широко: не только ведать, изучать, но и вести, руководить, направлять.

В содержании курса товароведения технологический уклон стал все больше уступать место товароведному направлению. Курс пополнился описанием групп товаров, отсутствующих в старых учебниках: химико-москательные, силикатные, пушно-меховые, овчинно-шубные, обувные, галантерейные, парфюмерно-косметические, культтовары.

Больше внимания стало уделяться разработке общетеоретических основ товароведения, классификации товаров и их свойств, вопросам оценки, формирования и управления качеством товаров. В товароведении стали выделять общетеоретическую и специальные части.

В настоящее время выходит много товароведной литературы по различным группам товаров для учащихся торговых и экономических вузов, техникумов и училищ.

Среди советских ученых, внесших большой вклад в развитие товароведения, следует назвать профессоров Архангельского Н. А. (1899—1961), Церевитинова Ф. В. (1874—1947), Сергеева М. Е. (1899—1970), Чернова Н. В. (1894—1971).

§ 4. Связь товароведения с другими научными дисциплинами

Как указывалось ранее, методом товароведения является комплексный социально-экономический и естественно-технический системный подход при изучении ассортимента и качества товаров. Он предусматривает широкое использование сведений и данных различных областей науки, тесную взаимосвязь с ними.

Исключительно важное значение для товароведения имеют философия (вооружает товароведение диалектическим методом познания) и политическая экономия

(дает определение таких понятий, как «товар», «потребительная стоимость», «качество» и др., раскрывает экономические законы развития общества).

В своем развитии товароведение опирается на основной экономический закон социализма, заключающийся во все более полном удовлетворении растущих материальных и культурных потребностей народа на основе развития и совершенствования общественного производства и повышения производительности труда.

• Так как многие потребительские свойства по своей природе являются химическими, физическими и т. п., то при определении количественных показателей свойств, при разработке методов исследования качества товаров товароведение широко использует законы физики, химии, биологии и других наук.

Изучение технологических дисциплин помогает понять, как отдельные технологические процессы производства влияют на формирование качества товаров.

Товароведение связано с материаловедением (текстильное материаловедение, металловедение и др.), так как от свойств исходных материалов зависит и качество готовых изделий.

Для характеристики эстетических свойств товаров товароведение широко пользуется методами технической эстетики.

Свойства социального назначения товара, создаваемого для конкретных социальных групп потребителей, изучаются в тесной связи с социальными науками (социальной психологией и др.).

Оценка качества товаров невозможна без знания основ метрологии (науки об измерениях), квалиметрии (науки об измерении качества), математики и математической статистики.

Разработкой отдельных вопросов контроля и сохранения качества товаров, формирования их ассортимента занимаются такие смежные дисциплины, как экономика, организация торговли, советское право и др.

§ 5. Задачи товароведения на современном этапе

К основным задачам товароведения как научной дисциплины относят:

дальнейшую разработку общетеоретических основ товароведения — вопросов, касающихся теории потребительной стоимости, качества и ассортимента товаров, их

классификации. Разработка общетеоретических основ товароведения неразрывно связана с развитием и совершенствованием науки и техники, повышением культуры производства, изменением потребностей населения.

Установление закономерностей формирования и прогнозирования ассортимента товаров, путей его расширения и обновления позволит более полно удовлетворять спрос населения.

Разработку научных принципов классификации и кодирования товаров, практическое создание на их основе классификаций различных групп товаров, которые создадут необходимые условия для планирования выпуска товаров, прогнозирования их ассортимента, совершенствования учета и отчетности, изучения спроса, дальнейшего развития стандартизации.

Разработку научных основ управления качеством товаров на различных этапах товароведения (при проектировании, производстве, обращении и эксплуатации). Важнейшим направлением здесь является установление закономерностей формирования качества товаров в процессе их конструирования и производства, разработка нормативов показателей качества товаров и методик для определения этих показателей.

Одновременно следует совершенствовать методы проверки качества товаров, чтобы повысить их объективность, сократить время испытаний и снизить материальные затраты.

Вся работа по управлению качеством товаров должна проводиться для более полного удовлетворения потребностей населения.

Оптимальные способы хранения и транспортирования товаров, разработка которых также является одной из задач товароведения, позволяют полностью сохранить качество товаров при их доведении до потребителя.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОВТОРЕНИЯ

1. Что называется товаром? В каком случае предмет труда человека становится товаром?
2. Что называется потребительной стоимостью товара?
3. Что является предметом и методом товароведения?
4. Что послужило причиной возникновения товароведения как науки?
5. Какие этапы развития товароведения вы знаете?
6. В чем проявляется связь товароведения с другими научными дисциплинами?
7. Какие задачи стоят перед современным товароведением?

§ 1. Понятие о качестве товаров

Под качеством товара понимают совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные личные потребности в соответствии с назначением.

Качество одного и того же товара в зависимости от условий эксплуатации можно оценивать по-разному. Так, качество автомобиля, изготовленного для районов с умеренным климатом, будет низким для районов Средней Азии или Крайнего Севера.

Свойство товара — это объективная особенность товара, проявляющаяся в сфере товарного обращения, потребления или эксплуатации.

При оценке качества товаров народного потребления учитывают потребительские свойства, т. е. свойства товаров, проявляющиеся при его использовании потребителем для удовлетворения материальных и культурных потребностей.

Товар может обладать самыми разнообразными свойствами, но некоторые из них могут не проявляться при его эксплуатации или потреблении и не влиять на качество. Например, низкие гигиенические свойства некоторых пластмасс не оказывают отрицательного влияния на качество галантерейных и электроустановочных изделий.

Примерами потребительских свойств могут служить гигиенические свойства белья, теплозащитность валяной обуви, мощность электрических ламп накаливания и др.

Свойства товаров бывают простыми и сложными. Например, ширина ткани — простое свойство, а ее светостойкость — сложное, состоящее из нескольких простых.

Свойства товаров могут быть положительными и отрицательными. Например, для искусственного меха положи-

тельными свойствами являются легкость, красота внешнего вида, теплозащитность; отрицательными — высокая электризуемость, быстрая загрязняемость и др.

Одни и те же свойства могут быть положительными для одного товара и отрицательными для другого. Так, капроновое волокно плохо поглощает влагу. Это свойство является отрицательным для всех видов капроновых тканей, за исключением плащевых. Чем больше в товаре положительных свойств и меньше отрицательных, тем выше соответственно его качество.

От чего же зависят свойства и качество товаров? В первую очередь от природных свойств исходных материалов, а также от технологической обработки, пройденной изделиями. На качество товаров оказывают влияние уровень организации труда и производства, квалификация инженерно-технических работников, служащих и рабочих предприятий, процесс транспортирования, качество упаковки и др.

В условиях развитого социализма эффективность и качество — основы экономической стратегии Коммунистической партии. Никогда еще вопросам качества работы вообще и качества продукции в особенности не придавалось такого значения, как в настоящее время. Это обусловлено коренными изменениями в материальной базе производства, быстрыми темпами научно-технического прогресса.

§ 2. Показатели качества товаров

Количественная характеристика одного или нескольких свойств товара, составляющих его качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям его эксплуатации или потребления, называется показателем качества продукции.

Показатели качества обычно выражаются в каких-либо единицах измерения (км, м, г, кг, кгс и т. п.), но могут быть и безразмерными. Различают единичные, комплексные, определяющие и другие показатели качества продукции.

Единичный показатель качества продукции характеризует одно из свойств товара (точность хода часов).

Комплексный показатель характеризует несколько свойств товара (износостойкость обуви, которая зависит от устойчивости к истиранию, прочности на разрыв и изгибания материалов верха и низа обуви, прочности

крепления подошвы и каблука, прочности ниточных швов и т. п.).

Определяющий показатель — это показатель, по которому принимают решение оценивать качество продукции (основной показатель). Например, мощность двигателя автомобиля, стойкость запаха духов.

Чтобы понять, насколько высок показатель качества данного товара, следует сравнить его с соответствующим показателем качества лучших образцов однородных товаров, с эталоном. Значение показателя качества продукции, принятой за эталон, называется *базовым* значением показателя качества.

Особое значение имеет такой показатель, как *уровень качества продукции* — это относительная характеристика качества продукции, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей. Уровень качества оцениваемого товара определяется по формуле

$$K = \frac{Q}{Q_{\text{баз}}},$$

где K — уровень качества; Q — численное значение показателя качества оцениваемого образца; $Q_{\text{баз}}$ — численное значение базового показателя.

Необходимость оценки уровня качества возникает при проектировании нового товара, разработке нормативно-технической документации, аттестации качества товаров, контроле качества и др.

Оценка уровня качества представляет собой совокупность операций, включающих выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сопоставление их с базовыми.

§ 3. Методы определения показателей качества товаров

Для определения численных значений показателей качества товаров применяют различные методы.

Измерительный метод. При этом методе определение численных значений показателей качества продукции осуществляется на основе технических средств измерений. Этим методом можно получить характеристику физиче-

ских, химических, биологических и других свойств товара, используя всевозможные физические приборы, химические реактивы, биологически активные вещества.

Результаты испытаний объективны и выражены в конкретных единицах измерения. Однако они требуют больших затрат времени и материальных ресурсов.

Регистрационный метод. Он основан на наблюдении и подсчете числа определенных событий, случаев, предметов и т. п. Например, при опытной носке регистрируется количество дней до заданного износа вещи, при испытании телевизоров — количество отказов изделия при испытаниях, подсчета числа дефектных изделий в партии.

Расчетный метод. Определение значений показателей качества при этом методе основано на получении данных расчетным путем на основе математических методов. Он широко используется для расчета численных значений таких показателей, как безотказность, долговечность и т. п.

Органолептический метод. Это метод, основанный на определении показателей качества с помощью органов чувств.

Применяют органолептический метод при оценке эстетических свойств товаров, оценке качества духов, музыкальных инструментов. Результаты оценки могут быть выражены в баллах, так как обычно такие показатели, как качество звучания инструментов, оригинальность запаха духов, гармоничность формы изделий, невозможно выразить в конкретных единицах измерения.

Органолептический метод доступен, не требует больших материальных затрат, специально оборудованных помещений; результат можно получить быстро. Поэтому этот метод получил широкое распространение в товароведной практике.

Основным недостатком этого метода является его субъективность, так как достоверность результатов зависит от квалификации, практического опыта специалиста и его психофизиологических особенностей.

Экспертный метод. Этот метод является разновидностью органолептического, но основан на учете мнения группы специалистов — экспертов. Экспертная группа формируется из высококвалифицированных специалистов: товароведов, конструкторов, технологов и т. п.

Этим методом пользуются при постановке продукции на производство и оценке уровня ее качества, а также в некоторых других случаях.

По сравнению с органолептическим экспертный метод является более объективным.

Социологический метод. Основан этот метод на сборе и анализе мнений потребителей товара. Сбор мнений осуществляется с помощью устного опроса, организации выставок-продаж, конференций, анкетирования покупателей и т. п. Затем информация обрабатывается математическими методами.

§ 4. Требования, предъявляемые к качеству товаров

Все товары, выпускаемые промышленностью, должны соответствовать определенным требованиям. По мере развития науки и техники, повышения материального и культурного уровня жизни населения требования, предъявляемые к товарам, постоянно повышаются.

Все требования, в зависимости от того, какую сторону потребления товара они характеризуют, подразделяют на социальные, функциональные, требования к надежности, эргономические, эстетические, экологические, требования безопасности и безвредности потребления и др.

Социальные требования к товару выражают соответствие того или иного товара общественным потребностям.

Функциональные требования предусматривают соответствие изделия своему назначению. Так, бытовые холодильники должны обеспечивать сохранность продуктов при различных способах их хранения (в холодильной камере или морозильнике). Это требование является функциональным.

Требования к надежности заключаются в способности изделия соответствовать своему назначению в течение определенного времени. Изделия должны быть долговечными, ремонтпригодными, безотказными в работе, должны сохранять свои свойства при хранении, транспортировании и в течение определенных сроков потребления.

Эргономические требования предполагают удобство пользования изделием в процессе эксплуатации и соответствие изделия гигиеническим, антропометрическим, психофизиологическим, физиологическим, психологическим и другим особенностям организма человека.

Гигиенические требования заключаются в том, чтобы обеспечить нормальные условия жизнедеятельности человека. Они предъявляются прежде всего к одежде и обуви, косметическим товарам, которые должны защищать организм от неблагоприятных воздействий внешней среды, к предметам, которые окружают человека

в быту (посуде, мебели, электрическим бытовым машинам, обоям и др.).

К гигиеническим требованиям относятся также возможность поддержания изделия в чистоте, определенная теплопроводность, воздухо- и паропроницаемость материалов для одежды и обуви, низкий уровень шума и вибрации приборов и др.

Антропометрические требования предусматривают соответствие изделия размерам и форме тела человека, **физиологические** — соответствие изделия физическим возможностям человека при пользовании им.

Психофизиологические требования направлены на то, чтобы выпускаемые изделия соответствовали зрительным, слуховым, осязательным и скоростным возможностям человека, которые определяются особенностями его органов чувств.

Психологические требования — это требования, характеризующие соответствие изделий психике человека, т. е. особенностям его памяти, сформировавшимся навыкам, привычкам и др.

Эстетические требования включают: соответствие изделия господствующей моде, целостность композиции, пропорциональность размеров, соответствие формы изделия его назначению, гармоничность цветового оформления, совершенство исполнения и др.

Экологические требования предусматривают охрану окружающей среды от выделения вредных веществ при производстве и эксплуатации изделий.

Требования безопасности и безвредности предусматривают обеспечение безопасности для человека при пользовании изделиями.

Экономические требования предусматривают требования к затратам на производство готовой продукции и к затратам потребителей, связанным с приобретением, использованием и ремонтом товара.

§ 5. Факторы, влияющие на качество товаров

Качество товаров создается при конструировании и изготовлении изделий, поэтому к факторам, формирующим качество изделий, относят сырье и материалы, конструкцию изделия и технологическую обработку.

Исходное сырье и материалы. Сырье — это исходный продукт, не прошедший дополнительной обработки (за

исключением простейших операций очистки, обогащения), используемый для производства готовых изделий.

Сырьем обычно является продукция сельского хозяйства, добывающей и химической промышленности. Так, сырьем для текстильной промышленности служат текстильные волокна, для кожевенной — шкуры животных.

Полуфабрикаты представляют собой незаконченные продукты переработки сырья. Например, кожа — полуфабрикат для производства обуви, пряжа — для изготовления тканей. Причем ткани, в свою очередь, могут являться полуфабрикатом для пошива одежды и других изделий.

Значительное влияние на качество готового продукта оказывают различные вспомогательные и отделочные материалы. Например, швейные нитки — на качество швейных изделий, застежки-молнии, пряжки и другая фурнитура — на качество кожгалантерейных товаров, качество клея — на прочность крепления подошвы обуви.

По происхождению сырье и полуфабрикаты делят на природные, искусственные (получаемые переработкой природных веществ — целлюлоза, вискоза, целлулоид) и синтетические (получаемые в результате химического синтеза — капрон, синтетический каучук, поливинилхлорид и т. п.), а по химическому составу на неорганические и органические.

От природы, состава и качества сырья во многом зависят свойства и качество готовой продукции. Это хорошо видно на примере тканей. Свойства тканей льняных, хлопчатобумажных, шерстяных различны между собой. Причина, в первую очередь, в использовании разных видов сырья (льна, хлопка, шерсти).

Не только свойства, но и качество сырья оказывают влияние на качество готовых изделий. Пороки исходного материала (тканей, например) будут снижать качество готовых изделий (в данном случае швейных, пошитых из этой ткани).

Знание химического состава, структуры и свойств исходных материалов позволяет судить о свойствах готовых изделий. Так, зная свойства волокон, входящих в состав ткани, можно предопределить и ее свойства в целом. Ткани с капроновым волокном устойчивы к истиранию, с лавсановым — малосминаемы, с шерстяным — обладают теплозащитными свойствами.

Конструкция изделия. Конструкция изделия является одним из важнейших факторов, формирующих качество