

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА СЕРВИСА И ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.Е. Архипов
А.Н. Аршинова

ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

Учебно-методический комплекс
для студентов специальности 080301 «Коммерция (торговое дело)»

<http://drugreshaet.ru>

Новосибирск
2006

ББК 30.609
А 87

Издается в соответствии с планом учебно-методической работы НГУЭУ

Архипов А.Е., Аршинова А.Н.
А 87 Товароведение и экспертиза товаров: Учебно-методический комплекс. – Новосибирск, 2006. – 128 с.

ББК 30.609

© Архипов А.Е., Аршинова А.Н., 2006
© НГУЭУ, 2006

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ВЫПИСКА ИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа учебной дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров» по профессиональной подготовке для студентов специальности 080301 «Коммерция (торговое дело)» является основным нормативным документом, предназначенным для реализации требований к минимуму содержания, уровню подготовки и методике освоения слушателями учебной дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров», определенных государственным стандартом.

Рабочая программа учебной дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров» для студентов специальности 351300 «Коммерция (торговое дело)» является единой для разных форм обучения.

1.2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Товароведение и экспертиза товаров» предназначена для того, чтобы дать студентам специальности 080301 «Коммерция (торговое дело)» знания об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительские стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик.

В соответствии с назначением основной целью дисциплины является формирование у студентов понимания основополагающих характеристик товара, а также их изменений на всех этапах товародвижения.

Для достижения этой цели товароведение как наука и учебная дисциплина должно решать следующие задачи:

- четкое определение основополагающих характеристик, составляющих потребительную стоимость;
- установление принципов и методов товароведения, обуславливающих его научные основы;
- систематизация множества товаров путем рационального применения методов классификации и кодирования;
- изучение свойств и показателей ассортимента для анализа ассортиментной политики промышленной или торговой организации;
- управление ассортиментом организации;
- изучение потребительских свойств товаров из новых видов сырья и материалов;
- экспертиза качества товаров, выявление градации качества и дефектов товаров;
- информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя;
- товароведная характеристика конкретных товаров.

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

По окончании изучения дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров» студенты должны:

• **иметь представления** о круге проблем, связанных с товароведением и экспертизой товаров; о существующих подходах к рассмотрению проблем показателей качества, ассортимента и конкурентоспособности продовольственных и непродовольственных товаров; об организации и порядке проведения и оформления экспертизы;

• **знать** нормативные документы, определяющие качество, маркировку, упаковку, транспортирование и хранение потребительских товаров; свойства и показатели ассортимента, управление ассортиментом, принципы формирования ассортиментной политики; гигиенические требования к качеству; ассортимент и качество потребительских товаров; методы проведения экспертизы потребительских товаров; идентификацию и фальсификацию товаров; методы контроля

качества товаров в процессе хранения, транспортирования и реализации; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; структуру, назначение и правила маркировки товаров; организацию закупок, хранения, транспортирования и приемки товаров;

- *уметь* анализировать товарный ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику; анализировать и работать с нормативными документами и законодательными актами; осуществлять оценку и экспертизу качества товаров; оформлять документы для целей сертификации товаров и услуг; проводить идентификацию и обнаруживать фальсификацию товаров на всех этапах товародвижения; разрабатывать мероприятия по предупреждению дефектов и потерь; осуществлять приемку товаров по количеству и качеству; составлять претензии на некачественные товары и ответы на претензии; осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролирующими органами; обеспечивать соблюдение правил и режимов транспортирования, хранения, реализации потребительских товаров, организацию складского хранения и сбыта продукции.

1.4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Итоговый контроль. Для контроля усвоения данной дисциплины учебным планом предусмотрен экзамен. Экзаменационная оценка является итоговой по дисциплине и проставляется в приложении к диплому.

Раздел 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование тем	Очная форма обучения				Заочная форма обучения		
	Количество часов				Количество часов		
	Лек-ции	Практи-ческие занятия	Само-стоятель-ная работа	Всего часов по теме	Лек-ции	Само-стоятель-ная работа	Всего часов по теме
Тема 1. Товароведение: основные понятия, цели и задачи	2	2	5	9	1	18	19
Тема 2. Методы товароведения	2	2	5	9	1	11	12
Тема 3. Ассортимент товаров	2	2	5	9	1	9	10
Тема 4. Качество товаров	2	2	8	12	1	17	18
Тема 5. Информация о товаре	2	2	5	9	–	12	12
Тема 6. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров	2	2	9	13	1	14	15
Тема 7. Ассортимент, качество и экспертиза зерномучных товаров	2	2	6	10	1	9	10
Тема 8. Ассортимент, качество и экспертиза вкусовых товаров	2	2	8	12	1	9	10
Тема 9. Ассортимент, качество и экспертиза сахара, меда и кондитерских товаров	2	2	7	11	–	10	10
Тема 10. Ассортимент, качество и экспертиза молочных товаров	2	2	9	13	1	8	9
Тема 11. Ассортимент, качество и экспертиза мясных товаров	2	2	8	12	1	9	10
Тема 12. Ассортимент, качество и экспертиза рыбных товаров	2	2	8	12	–	12	12
Тема 13. Ассортимент, качество и экспертиза швейных и трикотажных изделий	2	2	11	15	1	8	9
Тема 14. Ассортимент, качество и экспертиза обувных товаров	2	2	11	15	1	8	9

1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 15. Ассортимент, качество и экспертиза товаров хозяйственного и культурно-бытового назначения	2	2	11	15	1	10	11
Тема 16. Ассортимент, качество и экспертиза канцелярских и школьно-письменных товаров	2	2	9	13	–	12	12
Тема 17. Ассортимент, качество и экспертиза парфюмерно-косметических и ювелирных товаров	2	2	7	11	–	12	12
Итого	34	34	132	200	12	188	200

2.2. СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Товароведение: основные понятия, цели и задачи

Объект, предмет, цели и задачи товароведения в области формирования и реализации товарной политики предприятия. Потребности человека, их классификация и роль в формировании ассортимента и качества товаров.

Тема 2. Методы товароведения

Методы товароведения. «Модель исходной ситуации» и жизненный цикл товаров. Связь товароведения с общенаучными и смежными дисциплинами. Основоположники научного товароведения.

Тема 3. Ассортимент товаров

Понятие, термины, виды, классификация, показатели ассортимента, методы их оценки. Принципы и методы формирования и управления ассортиментом.

Тема 4. Качество товаров

Понятие, термины, номенклатура показателей качества товаров. Уровень качества и конкурентоспособность товаров, методы их измерения и оценки. Факторы, влияющие на формирование и сохранение качества товаров: маркировка, упаковка, транспортирование, хранение, реализация.

Тема 5. Информация о товаре

Требования, виды, средства информации о товаре. Маркировочно-справочная товароведная информация. Маркировочно-условная информация. Знаки соответствия. Эксплуатационные, предупредительные и экологические знаки.

Тема 6. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров

Понятие, виды, объекты, субъекты, цели и методы экспертизы. Идентификация и фальсификация товаров. Качественная, количественная, стоимостная и потребительская экспертиза. Особенности экспертизы отдельных групп потребительских товаров.

Тема 7. Ассортимент, качество и экспертиза зерномучных товаров

Сырье для мукомольной и крупяной промышленности. Экспертиза качества зерна. Производство и хранение крупы. Экспертиза качества крупы. Производство и ассортимент муки. Хлеб и хлебобулочные изделия. Бараночные и сухарные изделия. Макароны изделия. Экспертиза качества макаронных изделий.

Тема 8. Ассортимент, качество и экспертиза вкусовых товаров

Группы вкусовых товаров. Пряности, приправы. Чай, кофе: производство, хранение и экспертиза.

Тема 9. Ассортимент, качество и экспертиза сахара, меда и кондитерских товаров

Сахар-песок, сахар-рафинад: основные стадии производства, качество, упаковка и маркировка. Мед: классификация и ассортимент. Фальсификация меда. Кондитерские товары: сахаристые кондитерские товары, шоколад, какао-порошок, карамель, конфеты. Мучные кондитерские изделия.

Тема 10. Ассортимент, качество и экспертиза молочных товаров

Состав и потребительские свойства молока. Приемка и обработка молока на заводе. Ассортимент молока. Экспертиза качества молока и сливок. Молочные консервы, сухие молочные консервы, сухие молочные продукты детского питания. Масло и кисломолочные продукты. Мороженое.

Тема 11. Ассортимент, качество и экспертиза мясных товаров

Морфология и химический состав мяса. Классификация и маркировка мяса. Экспертиза качества мяса. Субпродукты. Мясо птицы. Колбасные изделия. Копченые продукты из свинины, говядины и баранины. Мясные консервы.

Тема 12. Ассортимент, качество и экспертиза рыбных товаров

Рыба как промышленное сырье. Химический состав мяса рыбы. Живая товарная рыба. Влияние холодильной обработки на качество рыбы. Товароведная оценка и экспертиза качества охлажденной рыбы. Соленые и маринованные рыбные товары. Сушеные, вяленые и копченые рыбные товары. Рыбные консервы и пресервы.

Тема 13. Ассортимент, качество и экспертиза швейных и трикотажных изделий

Требования, предъявляемые к швейным и трикотажным изделиям. Классификация и ассортимент швейных изделий. Экспертиза качества швейных изделий. Классификация и ассортимент трикотажных изделий. Экспертиза качества трикотажных изделий.

Тема 14. Ассортимент, качество и экспертиза обувных товаров

Потребительские свойства обуви. Кожаная, резиновая, валяная обувь: классификация и ассортимент, маркировка, упаковка и хранение. Экспертиза качества обуви.

Тема 15. Ассортимент, качество и экспертиза товаров хозяйственного и культурно-бытового назначения

Ассортимент товаров хозяйственного и культурно-бытового назначения. Экспертиза качества отдельных групп товаров хозяйственного и культурно-бытового назначения.

Тема 16. Ассортимент, качество и экспертиза канцелярских и школьно-письменных товаров

Ассортимент, правила маркировки и упаковки бумаги и картона. Принадлежности для письма, черчения и рисования: ассортимент и экспертиза качества. Ассортимент, качество и экспертиза микрокалькуляторов.

Тема 17. Ассортимент, качество и экспертиза парфюмерно-косметических и ювелирных товаров

Ассортимент и показатели качества парфюмерных товаров. Ассортимент косметических товаров и туалетного мыла. Ассортимент и экспертиза качества ювелирных товаров.

Раздел 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Товар как объект коммерческой деятельности, особенности его обмена в условиях административно-распределительной и рыночной экономики.
2. Товароведная и торговая классификация продовольственных товаров, возможности и примеры их использования в коммерческой деятельности.

3. Товароведная и торговая классификация непродовольственных товаров, возможности и примеры их использования в коммерческой деятельности.
4. Номенклатура показателей качества товаров, возможности и методы их использования при оценке потребительских предпочтений.
5. Объективные методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
6. Субъективные методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
7. Органолептические методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
8. Анализ и экспертиза ассортимента или качества отдельных групп или видов продовольственных товаров.
9. Анализ и экспертиза ассортимента или качества отдельных групп или видов непродовольственных товаров.
10. Анализ и экспертиза отдельных ассортиментных или качественных показателей продовольственных товаров.
11. Анализ и экспертиза экологичности или безопасности отдельных групп или видов продовольственных товаров, возможности их улучшения.
12. Анализ и экспертиза отдельных ассортиментных или качественных показателей непродовольственных товаров.
13. Анализ и экспертиза экологичности или безопасности отдельных групп или видов непродовольственных товаров, возможности их улучшения.
14. Маркировка отдельных групп или видов товаров, ее значимость и пути улучшения.
15. Упаковка отдельных групп или видов товаров и пути ее улучшения.
16. Хранение отдельных групп или видов продовольственных товаров и пути его улучшения.
17. Хранение отдельных групп или видов непродовольственных товаров и пути его улучшения.
18. Информация о товаре, целесообразность и возможности ее эффективность использования в коммерческой деятельности.
19. Потребительская экспертиза товаров и возможности ее использования в коммерческой деятельности.
20. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров, методы их оценки, значение в коммерческой деятельности.
21. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров, методы их оценки, значение в коммерческой деятельности.
22. Анализ путей снижения потерь качества товаров.
23. Товарный знак, его значимость и функции.
24. Конкурентоспособность товаров, ее значимость и методы оценки.
25. Товарная политика предприятия и методы ее формирования.

3.2. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Предмет, объекты и методы товароведения, его связь с естественными, общественными и техническими науками.
2. Значение и задачи коммерческого товароведения в условиях рыночной экономики.
3. Основные категории товароведения. Раскрытие сущности терминов «товар», «потребительная стоимость товара», «качество товара», «информация о товаре».
4. Классификация: общие принципы и правила. Использование классификации в коммерческой деятельности.
5. Фасетный и иерархические методы классификации, их использование в товароведении коммерческой деятельности.
6. Классификаторы: виды, значимость, использование в коммерческой деятельности.
7. Кодирование продукции: значимость, использование в коммерческой деятельности.
8. Штриховое кодирование: определение, значимость, перспективы использования.
9. Ассортимент товаров: определение, понятие, виды; показатели ассортимента.
10. Потребительские свойства товаров, их классификация, связь с естественными свойствами товаров.

11. Качество товаров: номенклатура потребительских свойств и показателей качества, значимость и весомость отдельных показателей.
12. Номенклатура показателей качества товаров и их группировка; комплексные и единичные показатели.
13. Методы определения показателей качества товаров (количественные, качественные, статистические).
14. Контроль качества товаров на производстве: входной, операционный, приемочный. Сорт изделия. Уровень дефектности.
15. Контроль качества товаров в торговле: в процессе приемки, на этапе подготовки к продаже.
16. Экспертиза товаров: предмет, цели, задачи; объекты и методы экспертизы.
17. Виды и разновидности товарной экспертизы, области их применения.
18. Правовая и нормативная база товарной экспертизы.
19. Методы испытаний: классификация, преимущества и недостатки различных методов испытаний.
20. Потребительская экспертиза товаров и возможности ее использования в коммерческой деятельности.
21. Организация проведения экспертизы товаров, основные этапы ее проведения. Порядок составления заключения.
22. Идентификация товаров: виды, средства, методы. Особенности идентификации отдельных групп и видов продовольственных товаров.
23. Идентификация товаров: виды, средства, методы. Особенности идентификации отдельных групп и видов непродовольственных товаров.
24. Фальсификация товаров: виды, средства, способы. Особенности фальсификации отдельных групп и видов продовольственных товаров. Последствия фальсификации.
25. Фальсификация товаров: виды, средства, способы. Особенности фальсификации отдельных групп и видов непродовольственных товаров. Последствия фальсификации.
26. Факторы, формирующие качество и конкурентоспособность товаров.
27. Факторы, влияющие на сохранение качества товаров.
28. Маркировка и упаковка товаров: требования, виды, идентификация и информационная значимость.
29. Хранение продовольственных товаров и пути его улучшения.
30. Хранение непродовольственных товаров и пути его улучшения.
31. Информация о товаре: требования, виды, средства, возможности использования в коммерческой деятельности.
32. Требования к информации о продовольственных товарах.
33. Требования к информации о непродовольственных товарах.
34. Товарный знак: сущность, индивидуализирующая, рекламная и охранная функции, их значимость в коммерческой деятельности.
35. Ассортимент и качество зерномучных товаров.
36. Ассортимент и качество вкусовых товаров.
37. Ассортимент, качество и экспертиза сахара, меда и кондитерских товаров.
38. Ассортимент и качество молочных товаров.
39. Ассортимент и качество мясных товаров.
40. Ассортимент и качество рыбных товаров.
41. Ассортимент, качество и экспертиза швейных и трикотажных изделий.
42. Ассортимент, качество и экспертиза обувных товаров.
43. Ассортимент, качество и экспертиза товаров хозяйственного и культурно-бытового назначения.
44. Ассортимент, качество и экспертиза канцелярских и школьно-письменных товаров.
45. Ассортимент, качество и экспертиза парфюмерно-косметических и ювелирных товаров.
46. Экспертиза зерномучных товаров.
47. Экспертиза вкусовых товаров.
48. Экспертиза молочных товаров.
49. Экспертиза мясных товаров.
50. Экспертиза рыбных товаров.

3.3. ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Николаева М.А. Товарная экспертиза. – М.: Деловая литература, 1998.
2. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник для вузов. – М.: Норма, 1997.
3. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2001.
4. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник / Под общ. ред. В.В. Шевченко. – М.: ИНФРА-М, 2001.
5. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных). – М.: ИД «Дашков и К», 2000.

Дополнительная

1. Алексеев Н.С., Ганцов Ш.К., Кутияня Г.И. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров. – М.: Экономика, 1988.
2. Беседин А.И., Ганцов Ш.К. Товароведение меховых товаров. – М.: Экономика, 1991.
3. Бровка А.С. и др. Товароведение пищевых продуктов. – М.: Экономика, 1989.
4. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров. – М.: Деловая литература, 2000.
5. Гордиенко А.Б. и др. Товароведение пищевых продуктов. – М.: Экономика, 1990.
6. Гусейнова Т.С. Товароведение швейных и трикотажных товаров. – М.: Экономика, 1991.
7. Дронова Н.Д. Оценка рыночной стоимости ювелирных изделий. – М.: Дело, 1998.
8. Иванов М.И. и др. Товароведение обувных товаров. – М.: Экономика, 1990.
9. Красовский П.А. и др. Товар и его экспертиза. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999.
10. Николаева М.А. и др. Средства информации о товарах. – М.: Экономика, 1997.
11. Николаева М.А. Товароведение плодов и овощей. – М.: Экономика, 1990.
12. Николаева М.А. и др. Идентификация и фальсификация пищевых продуктов. – М.: Экономика, 1998.
13. Родина Т.Г., Вукс Г.А. Дегустационный анализ продуктов. – М.: Колос, 1994.
14. Сафронова Т.М. Справочник дегустатора рыбной продукции. – М.: ВНИРО, 1998.
15. Тесленко В.В. Организация торговли драгоценными камнями: Прикладное пособие. – М.: ИНФРА-М, 1997.
16. Федько В.П. Упаковка и маркировка. – М.: ПРИОР, 1998.

3.3. НОРМАТИВНО-СПРАВОЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Закон РФ «О защите прав потребителей». – М.: ИПК, Издательство стандартов, 1996.
2. Закон РФ «О стандартизации». – М.: ИПК, Издательство стандартов, 1996.
3. Закон РФ «Об обеспечении единства измерений». – М.: ИПК, Издательство стандартов, 1996.
4. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг». – М.: ИПК, Издательство стандартов, 1996.

**ТЕКСТЫ ЛЕКЦИЙ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ»**

Тема 1. ТОВАРОВЕДЕНИЕ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

- 1.1. Теоретические основы товароведения.
- 1.2. Предмет и цели товароведения.
- 1.3. Потребности человека.

1.1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

Любая наука или учебная дисциплина начинается с определения основных понятий, применяемых в ней. В данном курсе такими понятиями являются продукция, товар и товароведение. В последующих разделах теоретического курса, а также частных разделах товароведения продовольственных и непродовольственных товаров рассматриваются и другие основные понятия, термины и их определения. Однако вначале необходимо рассмотреть именно указанные основные термины.

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

Следовательно, продукции присущи две основные особенности: во-первых, она должна быть произведена, во-вторых, должна удовлетворять чьи-то потребности (должна быть кому-то нужна). При этом деятельность по изготовлению продукции следует понимать в широком смысле. Это не только человеческая деятельность, но и жизнедеятельность биологических объектов.

Такое понимание позволяет отнести к продукции не только хлеб, консервы, ткани, одежду и другие готовые изделия или полуфабрикаты, сырье и комплектующие изделия, но и продукцию природного происхождения, которая является результатом жизнедеятельности биообъектов и труда человека по их сбору, вылову, охоте, добыче и т.п. Так, к продукции относятся дикорастущие плоды, овощи, грибы, мясо диких животных, речная и океаническая 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.

Таким образом, товар выступает как один из основных объектов коммерческой деятельности. К другим объектам можно отнести услуги, ценные бумаги, деньги, продукцию интеллектуального труда, которые являются нематериальной продукцией.

Товар – сложное понятие и не менее сложный материальный объект, обладающий определенными потребительскими свойствами. Поэтому он представляет объект особой науки и учебной дисциплины – **товароведения**. Существует множество определений термина «товароведение».

Одно из первых определений товароведения дано И. Вавиловым в «Справочном коммерческом словаре»: «Товароведение – наука, научающая иметь точные и полные сведения о товарах, их сортах, местах происхождения и сбыта, средствах к покупке и продаже, способах перевозки и хранения».

В настольном энциклопедическом словаре, изданном в 1896 г., товароведение определяется как отрасль технологии, имеющая целью «точнее распознать употребление в технике сырых продуктов, определить их происхождение и указать наилучшее употребление».

Одно из наиболее точных определений предмета товароведения дано К. Марксом: «Потребительные стоимости товаров составляют предмет особой дисциплины – товароведения». Это определение положено в основу многих последующих определений термина.

В коммюнике Международной теоретической конференции преподавателей высшей школы по вопросам общего товароведения, состоявшейся в сентябре 1962 года в г. Лейпциге, зафиксировано следующее определение: «Товароведение представляет собой естественно-научную дисциплину, предметом которой является потребительная стоимость товаров».

Представляет интерес высказывание К. Паустовского: «Есть наука со скучным названием – товароведение. Книги по товароведению можно читать как увлекательную повесть о жизневедении».

1.2. ПРЕДМЕТ И ЦЕЛИ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

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

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

Эти знания необходимы как технологам предприятий-изготовителей, товароведом промышленных, сельскохозяйственных и торговых организаций, экспертам, коммерсантам, экономистам, бухгалтерам, менеджерам, так и покупателям. Последние получают знания о товаре с помощью средств информации (маркировки, рекламы, статей, книг и т.п.), поэтому очень важно, чтобы средства массовой информации в качестве основного источника использовали товароведные знания о товаре.

Предметом товароведения являются потребительные стоимости товаров. Только потребительная стоимость делает продукцию товаром, так как обладает способностью удовлетворять конкретные потребности человека. Если потребительная стоимость товара не отвечает реальным запросам потребителей, то он не будет востребован, а следовательно, не будет использован по назначению в обусловленной для него сфере применения.

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

Для достижения этой цели товароведение как наука и учебная дисциплина должно решать следующие задачи:

- 1) четкое определение основополагающих характеристик, составляющих потребительную стоимость;
- 2) установление принципов и методов товароведения, обуславливающих его научные основы;
- 3) систематизация множества товаров путем рационального применения методов классификации и кодирования;
- 4) изучение свойств и показателей ассортимента для анализа ассортиментной политики промышленной или торговой организации;
- 5) управление ассортиментом организации; определение номенклатуры потребительских свойств и показателей товаров;
- 6) оценка качества товаров, в том числе новых отечественных и импортных;
- 7) выявление градаций качества и дефектов товаров, причин их возникновения и мер по предупреждению реализации некачественных товаров;
- 8) определение количественных характеристик единичных экземпляров товаров и товарных партий;
- 9) обеспечение качества и количества товаров на разных этапах их технологического цикла путем учета формирующих и регулирования сохраняющих факторов;
- 10) установление видов товарных потерь, причин их возникновения и разработка мер по их предупреждению или снижению;
- 11) информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя;
- 12) товароведная характеристика конкретных товаров.

Товароведение относится к основополагающим учебным дисциплинам при формировании профессиональной компетентности товароведов, экспертов, коммерсантов и маркетологов. Кроме того, основы товароведных знаний необходимы бухгалтерам, экономистам, менеджерам и технологам, так как учет, планирование товарных ресурсов, анализ финансово-хозяйственной деятельности, управление производством и другие виды профессиональной деятельности должны осуществляться с учетом особенностей товаров, их основополагающих характеристик и возможных изменений при транспортировании, хранении и реализации.

1.3. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Действительно, товары удовлетворяют разнообразные жизненные потребности человека, который использует многие из них на протяжении всей жизни, иногда даже не догадываясь об их замечательных свойствах. Например, ряд пищевых продуктов находит широкое применение в народной и традиционной медицине для профилактики и лечения различных заболеваний.

Повседневное или частое потребление товаров создает неверное представление о том, что специалистам и потребителям знания о товаре нужны не более, чем на узкопрактическом и житейском уровне. Научные основы товароведения, базирующиеся на знаниях фундаментальных дисциплин – химии, физики, биологии, – отрицаются. Однако это глубокое заблуждение, так как работа

с товарами требует профессиональных, постоянно пополняемых теоретических знаний, что и составляет одну из основных задач товароведения.

Потребительная стоимость – это способность вещи удовлетворять какую-либо человеческую потребность, т.е. ее полезность непосредственно как предмета потребления (хлеб, одежда) или косвенно (сырье, машины). Потребительная стоимость – это вещественное свойство, труд, воплощенный в товаре. Потребительная стоимость проявляется лишь в пользовании или потреблении.

Стоимость товара – овеществленный в товаре общественный труд производителей. Проявляется при обмене товаров как меновая стоимость. Величина стоимости отдельных товаров (индивидуальная стоимость) определяется количеством труда, затраченного на его производство, и измеряется рабочим временем. Общественная стоимость товара определяется общественно необходимым рабочим временем. Стоимость лежит в основе цен товаров.

Как потребительные стоимости товары различаются качественно, так как они удовлетворяют разные потребности людей, и не различаются количественно, поскольку они разнородны и непосредственно несоизмеримы.

Потребительная стоимость присуща всем продуктам труда, и в зависимости от характера потребления она может быть индивидуальной и общественной.

Индивидуальной называют потребительную стоимость продуктов труда, произведенных для личного потребления; она формируется естественными свойствами продуктов труда.

Общественной потребительной стоимостью обладают товары, созданные для удовлетворения общественных потребностей, для продажи. В этом случае потребительная стоимость товаров зависит не только от материально-вещественной стороны, но и от социально-экономической, т.е. от уровня и характера требований, которые общество предъявляет к товару.

Общественная потребительная стоимость может быть единичной и совокупно-общественной.

Единичная общественная потребительная стоимость присуща единице товаров определенного вида; она удовлетворяет потребности одного человека или семьи, определяется свойствами этого товара и имеет качественную определенность.

Совокупно-общественная потребительная стоимость удовлетворяет потребности конкретного контингента людей или всего общества; она присуща большинству единиц товара определенного вида.

Совокупно-общественной потребительной стоимости присуща не только качественная, но и количественная определенность, так как в этом случае способность товара удовлетворять потребность людей определяется не только свойствами товара, но и их количеством.

Качественная определенность потребительной стоимости – это характеристика, которая может быть измерена и оценена. Она применима лишь к конкретной потребительной стоимости.

Между потребительной стоимостью и качеством товара существует определенная взаимосвязь. Потребительная стоимость выражает полезность вещи вообще, а качество характеризует его способность удовлетворять конкретную потребность. В этом случае качество выступает мерой потребительной стоимости. В связи с этим предметом товароведения являются потребительные стоимости товаров. Только потребительная стоимость делает продукцию товаром, так как обладает способностью удовлетворять конкретные потребности человека. Если потребительная стоимость товара не отвечает запросам потребителей, то он не будет востребован, а следовательно, не будет использован по назначению в обусловленной для него сфере применения.

Контрольные вопросы

1. Какие особенности присущи продукции?
2. В каком случае продукция становится товаром?
3. Какие подходы к определению товароведения вам известны?
4. Что является предметом товароведения?
5. Обоснуйте цели товароведения.
6. В чем отличие потребительной стоимости от стоимости товара?
7. Какая потребительная стоимость называется индивидуальной?
8. На какие две группы делится общественная потребительная стоимость?
9. Определите взаимосвязь между потребительной стоимостью и качеством товара.

Литература

1. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров: Учебник для вузов. – М.: НОРМА, 1997. – С. 1–6.
2. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 5–8.

Тема 2. МЕТОДЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

- 2.1. Методы научного познания.
- 2.2. Кодирование товаров.
- 2.3. Межпредметные связи товароведения.
- 2.4. История и направления развития товароведения.

2.1. МЕТОДЫ НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ

Методы научного познания направлены на исследование основного объекта товароведения – товара, его характеристик и изменений в процессе товародвижения. В эту группу входят эмпирические, или экспериментальные, и аналитические методы научного познания.

Эмпирические, или экспериментальные, методы – методы познания, основанные на опыте или наблюдениях. Эти методы находят широкое применение в товароведении. Благодаря им стали возможны исследования химической, физической и биологической природы товаров.

В зависимости от используемых технических средств измерения и принципов естественных наук экспериментальные методы подразделяются на: *измерительные* – физические, физико-химические, химические, биологические; *органолептические*. Разновидностями физических, физико-химических и химических методов исследования являются хроматографические, спектрофотометрические, фотоколориметрические, реалогические, рефрактометрические и другие, которые используются для научных исследований характеристик товаров, а также для целей сертификационных испытаний.



Рис. 1. Классификация методов, применяемых в товароведении

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

Органолептический метод – метод определения значений показателей качества с помощью органов чувств. В научной и практической товароведной оценке качества товаров этот метод, имеющий физиолого-психологические основы, получил самое широкое распространение.

Более подробно этот метод рассматривается в учебной дисциплине «Экспертиза потребительских товаров».

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

Изучение таких сложных и многочисленных объектов, как товары, невозможно без использования аналитических методов. Так, рассмотрение товара как совокупности отдельных характеристик (ассортиментной, качественной и количественной) базируется на аналитических методах. Они подразделяются на две подгруппы: методы управления научным познанием и методы систематизации.

К методам управления научным познанием относятся методы анализа, диагностики, прогнозирования, программирования и планирования.

Анализ товаров базируется на данных, полученных экспериментальными методами.

В результате применения аналитических методов становится возможным диагноз, или научное описание основных признаков, характеризующих изучаемые товары. Диагностика причин возникновения различных дефектов, товарных потерь, распознавание признаков, определяющих ассортиментную принадлежность товаров, признаков количественных и качественных изменений товаров при хранении имеет существенное значение в товароведении.

Результаты диагностики могут использоваться для прогнозирования возможных изменений при формировании ассортимента товаров, требований к их качеству, товарных потерь, условий, сроков хранения и т.п. Использование методов прогнозирования является одним из актуальных и перспективных направлений развития товароведения. Выводы, полученные на основании методов прогнозирования, позволяют осуществить программирование, т.е. определить последовательность действий специалистов по обеспечению надлежащих характеристик товара или рационального товародвижения. В результате применения указанных аналитических методов становится возможным дальнейшее планирование научного познания товаров.

Методы систематизации – методы упорядочения однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем расположения их в определенном порядке. Методы систематизации находят самое широкое применение наряду с эмпирическими. Более того, многочисленные результаты экспериментов необходимо упорядочить, применяя соответствующие методы систематизации.

Основополагающие методы систематизации – идентификация, классификация, обобщение (группировки) и кодирование.

Идентификация – метод отождествления, установления совпадения одного объекта с другим. Идентификация товаров направлена на установление соответствия их характеристик требованиям, предъявляемым к ассортиментной принадлежности, качеству и количеству товаров нормативными, товарно-сопроводительными документами или маркировкой.

Подробно этот метод рассматривается в учебной дисциплине «Идентификация и фальсификация товаров».

Группировка – метод обобщения объектов по общим признакам. Он применяется для выделения ассортиментных групп. Обобщению предшествует деление целого на отдельные его части, выявление тех частей, для которых характерны общие признаки, и их объединение в группы по общности признаков.

Классификация находит широкое применение в товароведении, так как огромное количество объектов – товаров, их свойств и показателей, условий и сроков хранения – требует подразделения множества на подмножества по определенным признакам. Классификация ассортимента, свойств и показателей качества является неотъемлемой частью товароведной характеристики любого товара. Для рационального применения этого метода требуется знание его основ: определений, терминов, структурных элементов, разновидностей.

Основные понятия, термины и определения установлены ГОСТ 6.01.1-87 «Единая система классификации и кодирования технико-экономической информации. Основные положения», в соответствии с которыми ниже приводятся все термины классификации и кодирования.

Классификация как метод товароведения

Классификация – разделение множества объектов на подмножества по сходству или различию в соответствии с принятыми методами.

Объект – элемент классифицируемого множества. В товароведении таким элементом выступает товар. Из множества всех товаров по признаку назначения выделяются потребительские товары, товары промышленного назначения и товары для управленческой деятельности (оргтехника).

Признак классификации – свойство или характеристика объекта, по которой производится классификация. Признаки, наиболее часто применяемые среди множества других, – назначение, сырьевой, технологический, конструкторский, рецептурный, компонентный, структурный.

Признаки могут иметь качественное или количественное выражение, называемое **значением признака классификации**. Из перечисленных выше признаков назначение, сырьевой и технологический чаще всего выражаются качественно, а компонентный и структурный – количественно и качественно. Например, один из признаков классификации молока, сливок, сметаны, творога, сыров на виды – содержание жира (молоко 1,5%-; 2,5%-; 3,2%-; 3,6%-; 6%-ной жирности), а для тканей – это сырье (льняные, хлопчатобумажные, шерстяные и т.п.).

В результате деления множества на подмножества создаются классификационные группировки, которые могут иметь общие и различные признаки, а также могут быть взаимозависимыми или независимыми. Различают две разновидности метода классификации: иерархический и фасетный.

Иерархический метод классификации – последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки. Схематично сущность метода показана на рис. 2.

Особенностью иерархического метода является тесная связь между отдельными классификационными группировками, выявляемая через общность и различия основополагающих признаков. В основу деления множества на подмножества по основополагающему для данного этапа признаку положена ступень классификации.

Ступень классификации – этап классификации при иерархическом методе, в результате которого получается совокупность классификационных группировок.

Каждая ступень и группировка выделены по своему основополагающему признаку. Различия между группировками заключаются в разных признаках. Поэтому выбор основополагающих признаков – ответственная операция деления множества, от которой во многом зависит конечный результат. В основу этого выбора должно быть положено целевое назначение классификации.

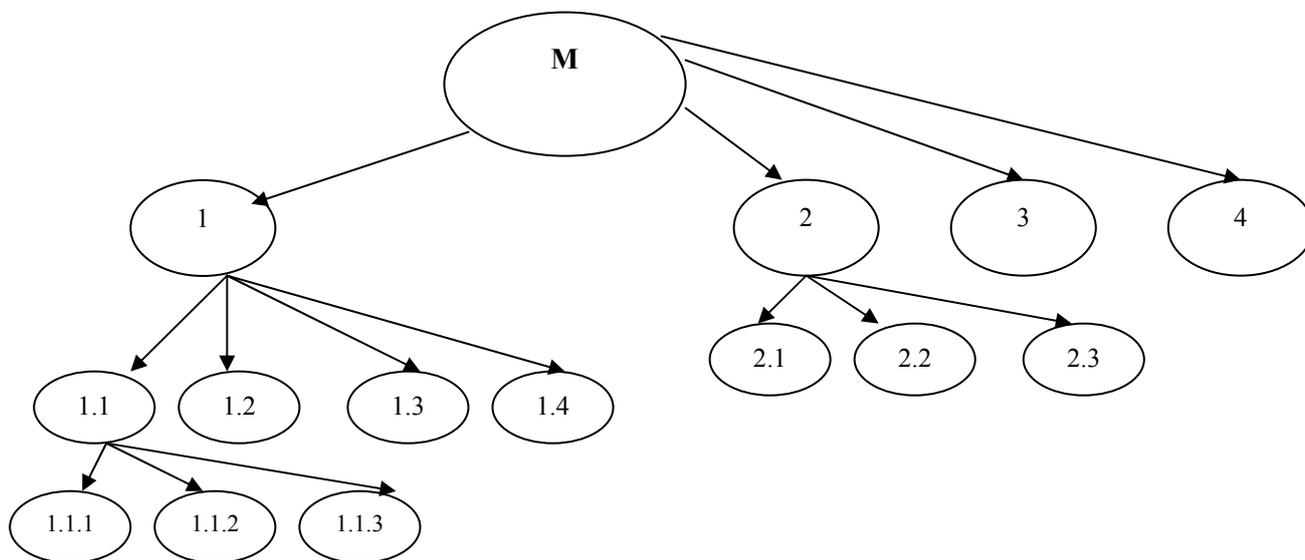


Рис. 2. Иерархический метод классификации

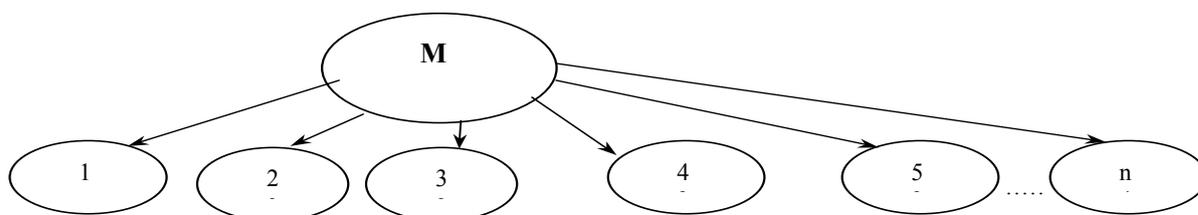


Рис. 3. Фасетный метод классификации

Количество признаков и ступеней определяет *глубину классификации*. На рис. 2 показана классификация иерархическим методом, глубина которой равна 3.

Глубина классификации теоретически бесконечна, но на практике такая классификация чересчур громоздка и запутана, многие низшие ступени дублируют друг друга. Все это затрудняет практическое применение классификации. Поэтому на практике глубина классификации обычно не превышает 10. Именно такая глубина применяется во многих классификаторах.

При необходимости увеличить число признаков применяют фасетный метод.

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

Особенностью фасетного метода является то, что разные признаки не связаны между собой. Термин этот произошел от французского слова *facette* – грань отшлифованного камня. Действительно, как каждая грань камня существует независимо от других граней, так и разные классификационные группировки при фасетном методе независимы и не подчиняются друг другу (рис. 3).

Благодаря этому фасетная система отличается большой гибкостью, возможностью ограничивать число признаков и группировок, что создает определенные удобства при использовании. Вместе с тем, ее информационная емкость может быть увеличена путем выделения общих и частных классификационных группировок.

Примером фасетного метода классификации может служить классификация вин: по срокам выдержки – молодые, ординарные, марочные, коллекционные; по цвету – белые, розовые, красные; по технологии – тихие, игристые. Количество признаков может быть увеличено многократно: по упаковке, по изготовителям и т.п.

Каждая разновидность методов классификации характеризуется определенными преимуществами и недостатками (табл. 1), знание которых позволяет рационально применять эти методы с учетом целевого назначения.

Таким образом, преимущества одного метода классификации выступают в качестве недостатков другого, т. е. обе разновидности дополняют друг друга. Поэтому в ряде случаев их используют совместно.

Приведенная выше классификация виноградных вин фасетным методом всегда дополняется иерархическим методом классификации вин по технологическому признаку, причем на разных ступенях в качестве классификационных признаков выступают определенные операции, формирующие качество вин и обуславливающие их особенности. Так, тихие вина в зависимости от характера брожения и применяемых добавок подразделяются на столовые и специального назначения. На следующей ступени столовые вина делятся на типы по полноте сбраживания и применяемым операциям (вина сухие, полусухие, полусладкие и др.).

Т а б л и ц а 1

Преимущества и недостатки иерархического и фасетного методов классификации

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

В этом случае можно говорить о **системе классификации** как совокупности методов и правил классификации, ее результатов.

Правила классификации предназначены для выбора разновидностей метода и признаков, по которым осуществляется деление множества на подмножества. Важнейшим правилом для иерархического и фасетного методов является выбор разновидности метода классификации в зависимости от ее целевого назначения.

Назовем правила классификации объектов при иерархическом методе:

1. Деление множества следует начинать с наиболее общих признаков.
2. На каждой ступени можно использовать только один признак, имеющий принципиальное значение для этого этапа.
3. Разделение объектов должно осуществляться последовательно – от большего к меньшему, от общего к частному.
4. Необходимо установить оптимальное число признаков, ступеней и глубины.

Рассмотренные методы классификации широко используются в товароведении при делении множества товаров на системные категории: роды, классы, группы и т.п. Эти методы могут применяться как независимо друг от друга, так и совместно.

2.2. КОДИРОВАНИЕ ТОВАРОВ

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

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

Целью кодирования является систематизация объектов путем их идентификации, ранжирования и присвоения условного обозначения (кода), по которому можно найти и распознать любой объект среди множества других.

Необходимость в кодировании товаров и других объектов существовала давно, но особенно возросла значимость кодирования в последние десятилетия с внедрением электронно-вычислительной техники. В результате расширилось целевое назначение кодирования, которое облегчает обработку технико-экономической информации с помощью ЭВМ, повышает эффективность функционирования АСУ.

Присвоение кодов осуществляется на основе определенных правил и методов. Правила кодирования:

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

Структура кода – условное обозначение состава и последовательности расположения знаков в нем. Она состоит из алфавита, основания, разряда и длины.

Алфавит кода – система знаков, принятых для образования кода.

В качестве алфавита для кодов наиболее часто применяют цифры, буквы или их сочетания, штрихи. Различают цифровой, буквенный, буквенно-цифровой и штриховой алфавиты кода.

Цифровой алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются цифры. Например, консервам «Молоко сгущенное» Общероссийским классификатором продукции присвоен код 67.

Буквенный алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются буквы алфавитов естественных языков. Например, по ОКСТу классу сельскохозяйственной продукции присвоена буква С, а продукции пищевой промышленности – Н.

Буквенно-цифровой алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются буквы алфавитов естественных языков и цифры. Например, свежие плоды имеют код СЗ, а овощи – С4.

Штриховой алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются штрихи и пробелы, ширина которых считывается сканерами в виде цифр. Примером могут служить штриховые коды EAN и UPA, широко применяемые в международной практике.

Число знаков в алфавите кода называется *основанием кода*.

Последовательность расположения знаков в коде определяется его разрядом.

Разряд кода – позиция знака в коде. Поскольку каждый знак характеризует какой-то заранее обусловленный признак товара, то разряд кода несет определенную смысловую нагрузку. Например, по ОКП бумага типографская № 1 с оптическим отбеливанием, машинной гладкости, рулонная,

массой $60 \text{ г} \times 1 \text{ м}^2$ имеет код 54 3121 1211. Разряд кода, обозначенный цифрами 54 (первая позиция), означает, что это продукция целлюлозно-бумажной промышленности.

Условное обозначение в структуре кода – это цифра, буква, штрих или пробел. Пробел – определенное расстояние между знаками (буквами, цифрами, штрихами), которое выполняет разделительную функцию и/или выраженное в мм может означать число. В приведенном выше примере пробелы между 2-й и 3-й, 6-й и 7-й цифрами разделяют знаки (54 – продукция целлюлозно-бумажной промышленности, 3121 – бумага и ее общая характеристика, 1211 – частные признаки бумаги). В штрих-кодах цифровую информацию несут ширина штрихов, пробелов и цифры внизу.

Структура кода характеризуется также длиной.

Длина кода – число знаков в коде без учета пробелов. Например, 54 3121 1211 имеет длину кода 10, а основание – 12. Таким образом, длина (Дл) отличается от основания (Ос) количеством пробелов (Кп):

$$\text{Дл} = \text{Ос} - \text{Кп}.$$

Во избежание ошибок при считывании кодов обычно вводится контрольное число, используемое для проверки записи кода.

Кодирование товаров и других объектов осуществляется несколькими способами, являющимися разновидностями метода кодирования. К ним относятся порядковый, серийно-порядковый, последовательный, параллельный. Последние два способа кодирования тесно взаимосвязаны с разновидностями метода классификации. Эти связи показаны на рис. 4.

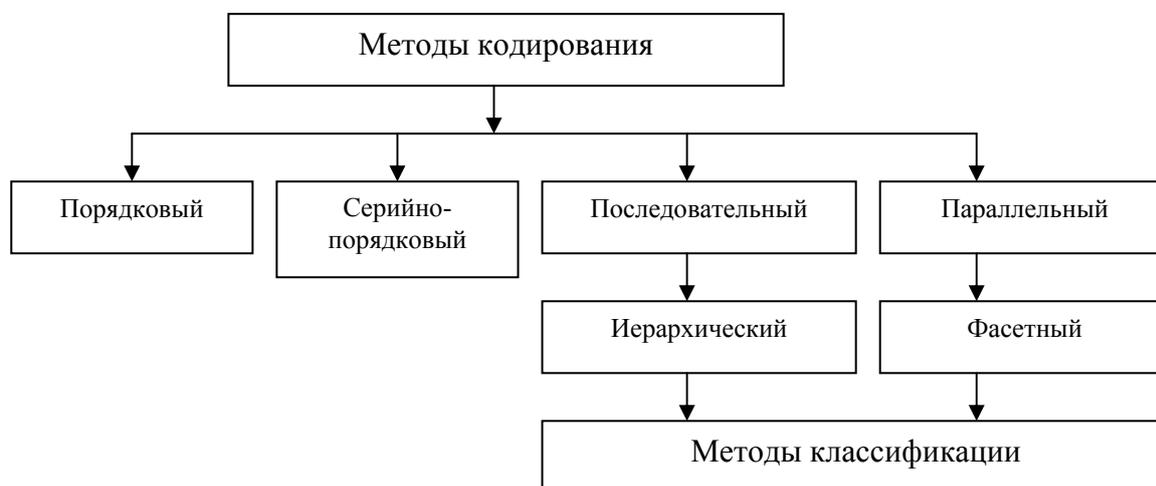


Рис. 4. Взаимосвязь разновидностей методов кодирования и классификации

Порядковый метод кодирования – образование и присвоение кода из чисел натурального ряда. Примером порядкового метода кодирования может служить присвоение чисел (кодов) в журнале группы, темам в программе и т.п. Это самый простой и распространенный метод кодирования, не требующий определенных знаний в этой области. Он позволяет осуществлять кодирование объектов, классифицированных по одному или нескольким обусловленным или случайным признакам. Например, студенты в группе кодируются по алфавиту первых букв; остальные признаки (возраст, пол, уровень подготовки и т.п.) случайны.

Серийно-порядковый метод кодирования – образование и присвоение кода из чисел натурального ряда, закрепление отдельных серий и диапазонов этих чисел за объектами классификации с определенными признаками. Примером может служить присвоение порядковых номеров определенной группе товаров. Например, консервы рыбные получают индекс Р (рыбная промышленность), а затем определенный порядковый номер, например, 85 – лосось дальневосточный натуральный – горбуша.

Последовательный метод кодирования – образование и присвоение кода классификационной группировки и/или объекта классификации с использованием кодов последовательно расположенных подчиненных группировок, полученных при иерархическом методе классификации.

Для этого метода характерны все преимущества и недостатки иерархического метода классификации. Главными достоинствами его являются высокая степень упорядочения и возможность выявления общих и частных признаков.

Последовательный метод кодирования может быть проиллюстрирован на примере группы «Материалы лакокрасочные», которая подразделяется на подгруппы и виды по взаимосвязанным признакам (ниже приводится часть группы из ОКП):

Код	К4	
23 1000	0	Материалы лакокрасочные
23 1100	4	Лаки на конденсационных смолах
23 1110	9	Лаки на природных смолах /
23 1111	4	– канифольные
23 1112	8	– янтарные
23 1113	5	– битумные
23 1114	0	– масляные
23 1120	3	Лаки на алкидных смолах /
23 1121	9	– глифталевые
23 1122	4	– пентафталевые
23 1123	1	– этринольные
23 1124	5	– алкидно-стирольные

Параллельный метод кодирования – образование и присвоение кода классификационной группы и/или объекта классификации с использованием кодов независимых группировок, полученных при фасетном методе классификации.

При достаточно высокой степени упорядочения независимость группировок не позволяет выявить в полной мере общность и различия признаков. Однако для этого метода кодирования возможна любая заранее обусловленная емкость классифицируемых объектов и позиций. Примером параллельного метода кодирования может служить деление продукции на подвиды в ассортиментной части ОКП.

Каждому методу присущи определенные достоинства и недостатки. Сравнительный анализ разных методов кодирования представлен в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Достоинства и недостатки разных методов кодирования

Метод	Достоинства	Недостатки
Порядковый	Простота присвоения кодов. Экономичность использования 9999 кодов, принятых в классификаторах	Отсутствие дополнительной информации об объектах. Невозможность выделения общности и различия между объектами
Серийно-порядковый	Упорядочение объектов по сериям, в результате чего появляется дополнительная информация	Требуется дополнительное распределение множества по объектам по определенным признакам
Последовательный	При малой значности кода большая информационная емкость	Жесткость кода из-за строгого фиксирования последовательно кодируемых признаков, сложность изменения в коде с целью введения новых признаков
Параллельный	Хорошая приспособленность для машинной обработки, гибкость кода облегчает введение необходимых изменений в фасету	Недостаточная связь между отдельными группировками

Совокупность правил и методов кодирования классификационных группировок и объектов классификации заданного множества называется *системой кодирования*. Определенная система кодирования положена в основу классификатора.

Классификаторы

Методы классификации и кодирования находят совместное применение в классификаторах, хотя область их распространения значительно шире.

Классификатор – официальный документ, представляющий собой систематизированный свод наименований и кодов классификационных группировок и/или объектов классификации.

Структура классификатора предусматривает его позицию и емкость.

Позиция классификатора – наименование и код классификационной группировки или объекта классификации. Например, код 81 означает классификационную группировку продукции текстильной промышленности (без пряжи, тканей, нетканых материалов и трикотажных изделий).

Емкость классификатора – наибольшее число позиций, которое может содержать классификатор. Так, при десятиразрядном построении, наиболее часто применяемом для классификаторов, все классифицируемые объекты подразделяются на десять классов, подклассов, групп, подгрупп, видов и подвидов. В результате емкость такого классификатора составит миллион позиций. Возможно, что не все позиции будут заполнены и в этом случае образуется *резервная емкость классификатора*, обозначающая количество свободных позиций в классификаторе.

Классификаторы подразделяют на категории.

Категория классификатора – признак, указывающий на принадлежность классификатора к определенной группе в зависимости от уровня его утверждения и сферы применения. Различают классификаторы общероссийские, отраслевые и предприятий.

Общероссийский классификатор – государственный классификатор, утвержденный Госстандартом России для применения в автоматизированных системах управления (АСУ).

Отраслевой классификатор – классификатор, введенный в установленном порядке для применения в АСУ отрасли.

Классификатор предприятия – классификатор, введенный в установленном порядке для применения в АСУ предприятия.

Наиболее широко распространены общероссийские классификаторы. В настоящее время в нашей стране применяют следующие виды общероссийских классификаторов (ОК): ОКОНХ – ОК отраслей народного хозяйства; ОКПО – ОК предприятий и организаций; ОКП – ОК сельскохозяйственной и промышленной продукции; ОКСТУ – ОК стандартов и технических условий; ОКУН – ОК услуг населению.

ОКОНХ и ОКПО применяют при представлении статистических данных в заинтересованные государственные органы (Госкомстат и др.) для учета предприятий и организаций, численности работающих, форм собственности и т.п.

Классификация и кодирование товаров (продукции) осуществляются с помощью ОКП, поэтому остановимся на этом виде ОК более подробно.

Необходимость введения ОКП обусловлена огромным количеством выпускаемых отечественной промышленностью видов и наименований продукции (несколько десятков миллионов), невозможностью ее учета без применения ЭВМ.

ОКП служит основой информационного обеспечения учета промышленной и сельскохозяйственной продукции. В ОКП товарная продукция систематизирована в виде классификационных группировок и конкретных наименований продукции, а также свода кодов.

ОКП состоит из двух частей: классификационной – К-ОКП и ассортиментной – А-ОКП. К-ОКП – свод кодов и наименований классификационных группировок, систематизирующих продукцию по определенным общим признакам, в основном потребительского характера. А-ОКП представляет собой свод кодов и наименований, относящихся к определенной группировке и позволяющих идентифицировать продукцию, ее типы, марки и другие элементы ассортимента.

Классификационная часть ОКП была издана в 1985 г. и включала около 60 тыс. классификационных группировок в порядке возрастания кодов. При ее построении был использован иерархический метод классификации. Вся продукция распределена по наиболее существенным признакам на пять ступеней классификации – класс, подкласс, группа, подгруппа, вид.

Последняя ступень классификации конкретизируется в ассортиментной части ОКП и представляет собой многотомное издание кодов и наименований конкретной продукции.

Классы являются первой ступенью иерархического деления в ОКП и кодируются двухразрядными кодами от 01 до 99. Например, код 81-90 присвоен продукции легкой промышленности (пряжа, ткани, изделия швейные, трикотажные и кожаные, меха, обувь и т.п.); 91-92 – продукции пищевой промышленности (продукты молочные, мясные, рыбные, хлебные и т.п.); 97-98 – продукции растениеводства и животноводства.

Вторая ступень классификации – подклассы – конкретизирует содержание класса.

Классификация продукции в К-ОКП завершается на 4-, 5- или 6-м разряде кода. Глубина классификации определяется необходимым и достаточным количеством признаков, позволяющих решить задачи использования классификационных группировок.

В ассортиментной части (А-ОКП) применяются все последующие 5-, 6- и 7-й разряды кода. Если какую-либо продукцию трудно отнести к одной из классификационных группировок, то ее включают в дополнительную группировку с названиями «прочая» или «различного назначения», например, 21 9000 – «Удобрения прочие».

Для поиска классификационных группировок ОКГ по наименованию разработан и издан «Алфавитно-предметный указатель (АПУ) к Высшим классификационным группировкам Общегосударственного классификатора промышленной и сельскохозяйственной продукции (ВКГ ОКП)», который представляет собой перечень наименований продукции, расположенных в алфавитном порядке, с кодовым обозначением соответствующих классификационных группировок.

Ассортиментная часть ОКП включает наименование продукции конкретных марок, типоразмеров, сортамента, артикулов, моделей, что позволяет идентифицировать их по коду. В А-ОКП применяют все разновидности метода кодирования, но наиболее часто – порядковый и серийно-порядковый. Последовательный и параллельный методы кодирования практически продолжают классификацию продукции в ассортиментной части, поэтому их применение допускается при сравнительно небольшой номенклатуре кодируемой продукции.

Каждая позиция А-ОКП содержит десятиразрядный код изделий, двухразрядное контрольное число (КЧ), наименования изделия по нормативному документу (ГОСТ, ОСТ, СТП, ТУ).

Товары как объекты коммерческой деятельности могут подразделяться по множеству признаков, среди которых основной – назначение.

По назначению все товары подразделяют на следующие **роды**:

- *потребительские товары* – товары, предназначенные для индивидуальных потребителей для личного использования;
- *товары промышленного назначения* – товары, предназначенные для производства других товаров и создающие его сырьевое и технологическое обеспечение;
- *оргтехнические товары* – товары, предназначенные для улучшения организации административно-управленческой деятельности.

Каждый род товаров подразделяется на классы.

Класс товаров – множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей.

Род потребительских товаров делится на три класса: продовольственные, непродовольственные и медицинские товары. В основу деления на классы положены также назначение и удовлетворяемые товарами потребности. Так, продовольственные товары, нередко называемые пищевыми продуктами, предназначены в основном для удовлетворения физиологических потребностей организма человека в энергии, пластических веществах и органолептических ощущениях.

Класс непродовольственных товаров, которые называли ранее промышленными, удовлетворяет разнообразные потребности: физиологические (защита от неблагоприятных внешних воздействий окружающей среды), социальные и др.

Класс медицинских товаров предназначен для удовлетворения социальных потребностей в обеспечении здоровья человека.

Классы в зависимости от используемого сырья и назначения делятся на подклассы, группы, подгруппы, виды и разновидности. Последние две группировки могут иметь наименования: номинальные и марочные.

Подкласс товаров – множество товаров, удовлетворяющих аналогичные группы потребностей, имеющих определенные различия. Например, подкласс «Пищевые продукты растительного происхождения» удовлетворяет физиологические потребности в специфических питательных веществах, присущих только этой группе, – углеводах, растительных маслах, белках, волокнах и т.п.

Группа товаров – подмножество товаров, удовлетворяющих более специфичные группы потребностей, что обусловлено особенностями применяемых сырья, материалов, конструкций. Так, подкласс «Пищевые продукты растительного происхождения» подразделяется на плодоовощные, зерномучные и другие группы товаров, каждая из которых удовлетворяет потребности в определенном комплексе веществ и имеет специфичное назначение.

Подгруппа товаров – подмножество товаров, имеющих общее с группой основное назначение, но отличающихся от товаров других подгрупп только им присущими признаками. Так, группа кондитерских товаров делится на две подгруппы: сахаристые и мучные товары, различающиеся соотношением основных компонентов (сахара, муки и жиров).

Вид товаров – совокупность товаров, отличающихся индивидуальным назначением и идентификационными признаками. Вид товаров как часть множества обязательно имеет общее назначение с более крупными структурными единицами, отличаясь от них индивидуальным назначением. К другим отличительным признакам вида относятся показатели, позволяющие идентифицировать вид товара.

Довольно часто вид товаров распознают по внешнему виду, а вид пищевых продуктов – дополнительно по вкусу, запаху, консистенции. Хотя эти признаки и не являются безусловными, но в силу доступности и простоты их чаще всего используют на практике. Так, виды сахаристых изделий – карамель и конфеты – отличаются в первую очередь внешним видом и консистенцией (структурой). Они имеют общее назначение – должны удовлетворять потребность в ощущении приятного сладкого вкуса – и индивидуальное – потребность в разной консистенции.

Разновидность товаров – совокупность товаров одного вида, отличающихся рядом частных признаков. Так, по признаку «содержание начинки» различают две разновидности карамели – леденцовая и с начинкой.

Наименование товаров – совокупность товаров определенного вида, отличающихся от товаров того же вида собственным названием (именем) и индивидуальными особенностями, обусловленными подбором сырья, материалов, а также конструкцией, технологией. Наименование товаров может быть номинальным и марочным.

Номинальное наименование – именное обобщенное название товара, выпускаемого разными изготовителями. Например, карамель «Театральная», конфеты «Маска», «Цитрон» и др.

Марочное наименование – индивидуальное название товара, выпускаемого определенным изготовителем. Довольно часто на это наименование выдается патент, что обеспечивает защиту авторского права марочного наименования. Например, обувь «Саламандра», игристое вино «Абрау Дюрсо».

Классы, подклассы и группы составляют общую товароведную классификацию потребительских товаров (табл. 3 и 4). Деление групп однородных товаров на подгруппы, виды, разновидности и наименования относится к частной товароведной классификации и рассматривается в соответствующих разделах товароведения.

В основу деления потребительских товаров на роды, классы и подклассы положен иерархический метод классификации. При делении на группы могут быть использованы совместно иерархический и фасетный методы. Это видно на примере групп подкласса «Продовольственные товары растительного происхождения». Пять групп этого подкласса подразделяются по сырьевому признаку иерархическим методом (зерномучные, плодоовощные, сахар, крахмал и их заменители, растительные масла и маргариновая продукция). В то же время остальные две группы (вкусовые и кондитерские товары) выделяются по иному признаку – назначению, что свидетельствует о применении фасетного метода, так как в целом при делении на группы использованы признаки, независимые друг от друга.

Приведенная общая товароведная классификация продовольственных и непродовольственных товаров не совпадает с классификацией сельскохозяйственной и промышленной продукции в ОКП. Это объясняется тем, что товароведная классификация исторически сложилась раньше и была основана на потребностях торговли. В ОКП в наибольшей степени проявляются интересы отраслей, производящих продукцию. Поэтому обе эти классификации могут применяться каждая в своей сфере. Вместе с тем, существуют и альтернативные товароведные классификации потребительских товаров.

Т а б л и ц а 3

Общая классификация продовольственных товаров

№ п/п	Класс: продовольственные товары или пищевые продукты	
	Подклассы	Группы однородных товаров
I	Растительного происхождения	Товары:
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

Т а б л и ц а 4

Общая классификация непродовольственных товаров

Класс: непродовольственные товары или промышленные товары	
Подклассы	Группы однородных товаров
	Товары:
I текстильные и одежно-обувные	
1	текстиль
2	одежда
3	обувь
II галантерейные и ювелирные	
1	галантерейные
2	ювелирные
III гигиенические	
1	парфюмерные
2	косметические
IV культурно-бытовые	
1	часы
2	канцелярские
3	транспортные средства
4	спортивные
5	музыкальные
6	фото- и кинотовары
7	аудио- и видеокассеты
8	книги, журналы и т.п.
9	товары для отдыха
V хозяйственные	
1	мебель
2	посуда
3	бытовая техника
4	бытовые химические товары
5	стройматериалы
6	сельскохозяйственные товары
VI нефтепродукты и смазочные материалы	
1	нефть
2	нефтепродукты
3	смазочные материалы
VII биотовары	
1	цветы
2	зоотовары
3	предметы ухода за ними и корма

2.3. МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

Товароведение – далеко не единственная учебная дисциплина, необходимая для профессиональной подготовки специалистов: экспертов, товароведов, коммерсантов и маркетологов. Она связана с другими дисциплинами межпредметными связями: предшествующими, сопутствующими и последующими.

Предшествующими связями товароведение связано с рядом естественнонаучных и математических дисциплин – физикой, химией, биологией, микробиологией, математикой, а также с общепрофессиональной дисциплиной – основы стандартизации, метрологии и сертификации. Знания

этих дисциплин необходимы для более глубокого понимания и оценки потребительских свойств товаров, их изменений при производстве и хранении.

Одновременно товароведение является базовой учебной дисциплиной для многих общепрофессиональных и специальных дисциплин – организации и технологии коммерческой деятельности, экономики, бухгалтерского учета, маркетинга. Их объединяют последующие и сопутствующие межпредметные связи.

2.4. ИСТОРИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

Необходимость в познании и оценке свойств товаров появилась, как только начался обмен одних товаров на другие. Чтобы этот обмен был эквивалентным, сравнивались полезные свойства обмениваемых товаров, затраты на их получение. Более того, ряд товаров (меха, золото, бобы какао и др.), наиболее ценных и обладающих длительной сохраняемостью, еще до появления металлических и бумажных денег выполнял функции эквивалента обмениваемых товаров.

Появление денег не ослабило интереса к знаниям о свойствах товаров. Меновая стоимость товара в денежном выражении определялась его полезностью для покупателя, или потребительной стоимостью.

На этом этапе товароведение как область знаний о товарах имело практическую направленность и носило эмпирический характер. Происходило накопление фактических сведений на основе практических описаний и наблюдений.

Известны описания товароведного характера в работах древнеримских ученых: Катона Старшего (234–149 гг. до н.э.), Варрона (116–27 гг. до н.э.), Колумеллы (I в. н.э.) и Плиния Старшего (23 или 24–79 гг.).

Катон описывал способы хранения и переработки сельскохозяйственных продуктов (винограда, мяса и рыбы); Варрон – методы оценки качества скота, молока, сыров и др.; Колумелла – способы хранения зерна, выдержку и старение вин, дал товароведную характеристику винограда и способы его хранения.

В Средние века развитие естественных наук (физики, химии, биологии) оказало существенное влияние на расширение и углубление товароведных знаний. Наряду с работами описательного характера появляются работы, основанные на испытаниях. К первым следует отнести труд М. Себициуса (1630 г.), в котором дано описание многих пряностей, а также способов приготовления хлеба, сыра, вин и других пищевых продуктов, способов удлинения сроков хранения фруктовых соков путем нагревания.

К трудам исследовательского характера относятся работы Ф. Реди, который с помощью микроскопа установил причины порчи мяса.

В XVIII в. наметилась дифференциация многих наук, одним из результатов которой стало формирование научной терминологии, составляющей специфический язык каждой науки. Другим результатом дифференциации следует считать разработку собственных методов исследований (испытаний) или заимствование уже известных (релевантных) методов из других областей знаний.

Для развития научного направления товароведения большое значение имели работы Бургаве (1668–1738 гг.), в которых были разработаны основы химического анализа пищевых продуктов, а также Линнея (1707–1778 гг.), Бюффона (1707–1788 гг.), Жюсье (1699–1777 гг.), систематические исследования которых в области биологии послужили основой разработки научной классификации товаров.

В 1575 г. впервые в России вышла «Торговая книга. Книжка описательная, как молодым людям торг вести и знати всему цену и отчасти в ней описаны всяких земель товары различные, их же привозят на Русь немцы и иных земель люди торговые». В книге, авторы которой неизвестны, дана подробная для того времени характеристика ряда товаров, в том числе и экспортно-импортных (меда, воска, зерна, пеньки, жиров и т.д.).

Важным этапом в развитии товароведения стала публикация в 1756 г. книги И.Г. Людовицы «Основы полной торговой системы». В ней впервые были изложены основы товароведения как области научных знаний. Людовиц впервые определил предмет и содержание товароведения, а также дал определение терминов «товар» и «товароведение». Людовицы одним из первых указал на необходимость создания коммерческих (торговых) учебных заведений (академий, училищ).

Большой вклад в развитие товароведения внесли работы Ф.В. Зуева, А.Т. Болотова, Н.Я. Озерцовского, И.Я. Биндгейма, Б.А. Энгельмана, М.Г. Левковича. Благодаря этим работам появились химические методы товароведной оценки, а также способы переработки и хранения некоторых

потребительских товаров. В связи с этим необходимо также упомянуть работы Д.И. Менделеева по способам рафинирования этилового спирта, В. Левшина – по способам обработки и хранения растительных масел, Л. Пастера, установившего причины порчи пищевых продуктов вследствие ферментативных процессов.

В середине XIX в. был издан ряд капитальных трудов по товароведению. К ним относится, в частности, работа академика Моделя «Химические обследования пищевых продуктов», в которой были приведены сведения о химическом составе отечественных пищевых продуктов.

В 1856 г. И. Вавилов издал «Справочный коммерческий словарь», в котором дал определение товароведения как науки и описание отдельных товаров. За рубежом в 1878 г. вышел многотомный капитальный труд И. Бенига «Химия пищевых и вкусовых продуктов человека», который приобрел широкую известность и использовался в руководствах по товароведению.

Впервые в мировой истории преподавание товароведения растительных, животных и фармацевтических материалов было начато в Падуанском университете, где в 1549 г. была учреждена кафедра товароведения. Преподавание товароведения в Геттингенском университете началось в 1774 г., в Венском политехническом институте – в 1866 г., в Будапештской коммерческой академии труда – в 1877 г. В России преподавание товароведения началось в Московском коммерческом училище, открытом в 1772 г. Здесь товароведение вначале преподавалось как часть физики и химии. Лишь с 1842 г. в коммерческих учебных заведениях товароведение начали изучать как самостоятельную учебную дисциплину.

Дальнейшее развитие научного товароведения во многом связано с учеными Московского коммерческого института (позднее – Московский институт народного хозяйства им. Г.В. Плеханова, а сейчас – Российская экономическая академия): П.П. Петровым (1854–1924 гг.), Я.Я. Никитинским (1854–1924 гг.), Ф.В. Церевитиновым (1877–1947 гг.). В 1906–1908 гг. ими был издан учебник по товароведению промышленных товаров и пищевых продуктов в двух томах.

В 1927 г. Я.Я. Никитинский опубликовал первую научную монографию «Очерки по товароведению пищевых продуктов», а в 1933 г. Ф.В. Церевитинов издал обширную монографию по товароведению «Химия свежих плодов и овощей», многие теоретические положения которой не утратили своей актуальности и на современном этапе развития товароведения.

В 1930-е годы произошла дифференциация товароведных знаний с выделением общего и частных разделов по группам потребительских товаров. Товароведение пищевых продуктов и товароведение непродовольственных товаров стали двумя самостоятельными учебными дисциплинами.

Современный этап развития науки характеризуется интеграцией различных отраслей научных знаний. Эта проблема сегодня стоит перед товароведением как прикладной наукой. Одним из подходов к интеграции двух разделов – товароведения пищевых продуктов и товароведения непродовольственных товаров – является создание общих для обоих разделов теоретических основ. В них будут рассмотрены основополагающие характеристики всех товаров независимо от их назначения.

Контрольные вопросы

1. На какие группы в зависимости от используемых технических средств подразделяются экспериментальные методы познания?
2. Назовите основополагающие методы систематизации.
3. В чем отличие иерархического и фасетного метода классификации?
4. Обоснуйте достоинства и недостатки различных методов классификации.
5. Определите достоинства и недостатки различных методов кодирования (порядкового, серийно-порядкового, последовательного и параллельного).
6. На какие роды по назначению подразделяются все товары?
7. Приведите примеры взаимосвязи товароведения со смежными науками.
8. Назовите основоположников научного товароведения.

Литература

1. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров: Учебник для вузов. – М.: НОРМА, 1997. – С. 30–50.
2. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2001. – С. 14–20.
3. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник. – ИНФРА-М, 2001. – С. 8–20.

Тема 3. АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ

- 3.1. Классификация ассортимента товаров.
- 3.2. Свойства и показатели ассортимента.
- 3.3. Управление ассортиментом.

3.1. КЛАССИФИКАЦИЯ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ

Одной из важнейших характеристик товаров является ассортиментная, которая определяет принципиальные различия между товарами разных видов и наименований.

Ассортимент товаров – набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные аналогичные и индивидуальные потребности.

Термин произошел от французского слова «assortiment», что означает подбор различных видов и сортов товаров. Однако в товароведении принято набор товаров ограничивать их наименованиями, а сорта как градации качества товаров одного вида и наименования относить к сортаменту.

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

Так, товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) – это перечень товаров, предназначенных для экспортно-импортных операций. Номенклатура продукции, подлежащей подтверждению соответствия по показателям безопасности, предназначена для целей обязательной сертификации.

Таким образом, приведенные выше понятия близки между собой. Их объединяет то, что они оба являются перечнями товаров. Отличия заключаются в назначении: ассортимент товаров предназначен для удовлетворения потребностей потребителей, товарная номенклатура может иметь иное назначение – для регламентирования определенной профессиональной деятельности или иной сферы применения.

Профессиональная деятельность товароведов связана в основном с ассортиментом товаров, поэтому в дальнейшем рассматриваются вопросы, относящиеся именно к этому понятию.

Ассортимент потребительских товаров подразделяется на группы – по местонахождению, на подгруппы – по широте охвата товаров, на виды – по степени удовлетворения потребностей, на разновидности – по характеру потребностей.

По местонахождению товаров различают ассортимент промышленный и торговый.

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

Промышленный ассортимент товаров разных организаций-изготовителей, в том числе и предприятий общественного питания, независимо от формы собственности должен быть согласован с санитарными органами Министерства здравоохранения России.

В качестве примера можно привести промышленный ассортимент кондитерской фабрики им. Бабаева, включающий около 100 наименований карамельных, конфетных и шоколадных изделий.

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

В отличие от промышленного, торговый ассортимент включает, как правило, товары разных изготовителей. Исключение составляют фирменные магазины организаций-изготовителей, стратегия которых основывается на сбыте товаров только конкретной фирмы. Так, в торговый ассортимент любого кондитерского магазина входят товары, изготавливаемые многими кондитерскими фабриками, а иногда и предприятиями общественного питания, хлебозаводами, которые выпускают мучные кондитерские изделия. Если кондитерские магазины не имеют холодильного оборудования, то из их ассортимента должны быть исключены кремовые торты и пирожные.

Широта охвата товаров, входящих в ассортимент, определяется количеством групп, подгрупп, видов, разновидностей, марок, типов, наименований.

В зависимости от широты охвата товаров различают следующие виды ассортимента: простой, сложный, групповой, развернутый, сопутствующий, смешанный.

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

Простой ассортимент характерен для магазинов, реализующих товары повседневного спроса в районах проживания покупателей с небольшими материальными возможностями. Например, хлебобулочные и молочные магазины в рабочих районах, сельских местностях.

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

Такой ассортимент присущ оптовым базам и розничным торговым организациям типа универсамов или универмагов, ориентирующимся на покупателей с разным спросом.

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

Наиболее часто в качестве общего признака выступает функциональное или социальное назначение. Например, хлебобулочные, плодоовощные, молочные, обувные, одежные и другие группы товаров объединены по признаку функционального назначения, а товары для детей, молодежи, для отдыха – социального.

Групповой ассортимент положен в основу организационной структуры многих торговых предприятий. Так, на непродовольственных оптовых базах склады различаются групповым ассортиментом. По тому же признаку в универмагах создаются разные секции (одежные, обувные, галантерейные и т.п.).

Видовой ассортимент – набор товаров различных видов и наименований, удовлетворяющих аналогичные потребности. Он является составной частью группового ассортимента. Например, ассортимент молока – пастеризованное, стерилизованное и др. – часть ассортимента молочных товаров.

Марочный ассортимент – набор товаров одного вида, марочных наименований или относящихся к группе марочных. Такие товары наряду с удовлетворением физиологических потребностей в значительной мере нацелены на удовлетворение социальных и психологических потребностей. Эти потребности удовлетворяются престижными марками автомобилей, одежды, обуви, духов, марочных вин и др.

Развернутый ассортимент – набор товаров, который включает значительное количество подгрупп, видов, разновидностей, наименований, в том числе марочных, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками. Такой ассортимент, как правило, встречается в специализированных магазинах, причем количество групп однородных товаров может быть сравнительно небольшим. Так, в торговый ассортимент магазинов, специализирующихся на продаже аудио- и видеотехники, входят три-четыре группы однородных товаров (телевизоры, магнитофоны, видеоманитофоны), но зато эти группы представлены большим количеством товаров разных классов сложности и торговых марок.

Сопутствующий ассортимент – набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации. Товары сопутствующего ассортимента в обувном магазине – это предметы ухода за обувью, а в продовольственном магазине – мыло, спички, некоторые другие хозяйственные товары.

Смешанный ассортимент – набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения. Смешанный ассортимент характерен для магазинов, торгующих непродовольственными и продовольственными товарами.

По степени удовлетворения потребностей различают рациональный и оптимальный ассортимент.

Рациональный ассортимент – набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни при определенном уровне развития науки, техники и технологии.

Формирование рационального ассортимента требует учета большого количества факторов и показателей, многие из которых довольно изменчивы. К таким факторам относятся реальные потребности, которые зависят от уровня жизни населения, достижений научно-технического прогресса и других особенностей внешней среды. В свою очередь многие из этих факторов непосредственно влияют на изменения рационального ассортимента. Например, достижения научно-технического прогресса стимулируют разработку новых товаров и формируют новые потребности. Это отчетливо проявляется при формировании рационального ассортимента бытовой техники.

Оптимальный ассортимент – набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование,

разработку, производство и доведение до потребителей. Товары оптимального ассортимента отличаются повышенной конкурентоспособностью.

Критерием для отнесения товаров к оптимальному ассортименту может служить коэффициент оптимальности ($K_{оп}$), который рассчитывается для конкретного товара по формуле

$$K = (\mathcal{E}_n / Z) \times 100\%,$$

где \mathcal{E}_n – полезный эффект от потребления товара при использовании его потребителем по назначению, руб.;

Z – затраты на проектирование, разработку, производство, доведение до потребителя, руб.

Полезный эффект (\mathcal{E}_n) представляет собой выгоду, которую может получить потребитель при правильном использовании товара, за вычетом затрат на его приобретение, эксплуатацию, хранение, ремонт и утилизацию. Например, полезный эффект от использования бытового холодильника рассчитывается по стоимости сохраненных в нем продуктов, экономии времени и денег при больших закупках товаров для личного потребления за вычетом затрат на покупку холодильника, его эксплуатацию (расход электроэнергии и пр.), ремонт и утилизацию пришедшего в негодность оборудования.

Приведенный расчет учитывает в основном функциональное назначение товаров и экономический эффект от потребления, но при этом не принимается во внимание социальный эффект. Этот расчет применим в основном для непродовольственных товаров и неприемлем для пищевых продуктов, так как невозможно рассчитать в денежном выражении выгоды для здоровья, получаемые потребителем.

В связи с этим следует отметить, что рациональный и оптимальный ассортимент характеризуют в основном его качественную сторону.

В зависимости от характера потребностей ассортимент может быть реальным, прогнозируемым и учебным.

Реальный ассортимент – действительный набор товаров, имеющийся в конкретной организации изготовителя или продавца.

Прогнозируемый ассортимент – набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности.

Учебный ассортимент – перечень товаров, систематизированный по определенным научно обоснованным признакам для достижения обучающих целей.

3.2. СВОЙСТВА И ПОКАЗАТЕЛИ АССОРТИМЕНТА

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

Показатель ассортимента – количественное выражение свойств ассортимента, при этом измерению подлежит количество видов и наименований товаров.

При формировании ассортимента осуществляется регулирование комплекса свойств и показателей ассортимента, важнейшие из которых представлены широтой, полнотой, устойчивостью, новизной и структурой ассортимента.

Широта ассортимента – количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп. Это свойство характеризуется двумя абсолютными показателями – действительной и базовой широтой, а также относительным показателем – коэффициентом широты.

Действительная широта – фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров, имеющихся в наличии.

Базовая широта – широта, принятая за основу для сравнения. В качестве базовой широты может быть принято количество видов, разновидностей и наименований товаров, регламентированное нормативными или техническими документами (стандартами, прейскурантами, каталогами и т.п.), или максимально возможное. Выбор критериев определения базового показателя широты определяется целями. Например, при анализе ассортиментной политики магазинов-конкурентов в качестве базового можно взять максимальный перечень товаров, имеющихся во всех обследованных магазинах.

Коэффициент широты выражается как отношение действительного количества видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп к базовому.

Широта может служить косвенным показателем насыщенности рынка товарами: чем больше широта, тем больше насыщенность. Показатели широты применяются в зависимости от

насыщенности рынка, а также от состояния спроса. В условиях дефицита, когда спрос превышает предложение, изготовителю и продавцу выгоднее иметь узкий ассортимент товаров, поскольку при большой широте требуются дополнительные затраты на разработку и производство новых товаров. Кроме того, производство разнообразных товаров требует более обширных закупок сырья, расширения производственных площадей, новых видов упаковки, маркировки. В торговле для широкого ассортимента требуются дополнительные площади торгового зала для выкладки товаров, кроме того, увеличиваются транспортные расходы.

На насыщенном рынке изготовители и продавцы стремятся удовлетворить разнообразные потребности. Когда спрос превышает предложение, требуются коммерческие усилия по созданию потребительских предпочтений, что достигается в числе прочих средств и за счет увеличения широты ассортимента. Широта выступает в качестве одного из критериев конкурентоспособности фирм.

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

Полнота характеризуется количеством видов, разновидностей и наименований товаров однородной группы. Показатели полноты могут быть действительными и базовыми.

Действительный показатель полноты характеризуется фактическим количеством видов, разновидностей и наименований товаров однородной группы, а *базовый* – регламентируемым или планируемым количеством товаров

Коэффициент полноты – отношение действительного показателя полноты к базовому.

Например, в ассортименте магазина имеются сыры «Швейцарский», «Голландский», «Российский», «Эдамский», «Сулугуни», «Рокфор». Первые четыре наименования относятся к группе твердых сычужных сыров. Поэтому действительный показатель полноты для группы твердых сычужных сыров будет равен 4. В российских стандартах предусмотрено 20 наименований таких сыров, еще пять наименований поступает по импорту. Следовательно, базовый показатель полноты составляет 25, а коэффициент полноты – 16%.

Устойчивость ассортимента – способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью таких товаров является наличие устойчивого спроса на них.

Коэффициент устойчивости – отношение количества видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей, к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп.

Например, устойчивым спросом пользуются три наименования сыра из пяти. Следовательно, коэффициент устойчивости равен 60%.

Иногда устойчивость связывают со сроком, в течение которого товары определенных видов, разновидностей и наименований находятся в реализации. В этом случае устойчивость ассортимента может зависеть, во-первых, от наличия устойчивого спроса и постоянного пополнения товарных запасов на эти товары; во-вторых, от отсутствия или недостаточности спроса на товары, которые залеживаются на складах и прилавках; в-третьих, от несоответствия товарных запасов возможностям реализации товаров. Потому сроки реализации товаров как показатели устойчивости ассортимента не могут быть использованы при определении рациональности ассортимента.

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

Новизна характеризуется *действительным обновлением* (количеством новых товаров в общем перечне) и *степенью обновления*, которая выражается через отношение количества новых товаров к общему количеству наименований товаров (или действительной широте).

Обновление – одно из направлений ассортиментной политики организации, оно проводится, как правило, в условиях насыщенного рынка. Однако и в условиях насыщенного рынка обновление ассортимента может быть следствием дефицита сырья, производственных мощностей, необходимых для производства ранее выпускавшихся товаров.

Причинами, побуждающими изготовителя и продавца обновлять ассортимент, являются: замена морально устаревших, не пользующихся спросом товаров; разработка новых товаров улучшенного качества с целью стимулирования их покупки потребителем; проектирование и разработка новых товаров, не имевших ранее аналогов; расширение ассортимента за счет увеличения полноты для создания конкурентных преимуществ организации.

Структура ассортимента характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе.

Показатели структуры ассортимента могут иметь натуральное или денежное выражение и носят относительный характер. Они рассчитываются как отношение количества отдельных товаров к суммарному количеству всех товаров, входящих в ассортимент.

Структура ассортимента относится к реальному или прогнозируемому ассортименту и неприменима к учебному ассортименту, так как показывает взаимосвязь отдельных структурных элементов ассортимента через их количественное соотношение.

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

В условиях дефицита по этому показателю проверяли работу магазинов. По мере насыщения рынка товарами казалось, что надобность в этом показателе отпала. Однако при приватизации многие торговые предприятия изменили профиль или реальный ассортимент, исключив из него дешевые товары повседневного спроса. Для предотвращения таких негативных явлений вернулись к этому показателю, переименовав его в «ассортиментный перечень». Замена термина «минимум» на «перечень» не очень удачна в сочетании с прилагательным «ассортиментный» (напомним, ассортимент – набор или перечень товаров).

Ассортиментный перечень утверждается органами местного самоуправления. Он включает два-три вида товаров повседневного спроса из каждой группы, определяющих профиль торговой организации. Несоблюдение его считается нарушением правил торговли.

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

Коэффициент рациональности – средневзвешенное значение показателя рациональности с учетом реальных значений показателей широты, полноты, устойчивости и новизны, помноженные на соответствующие коэффициенты весомости.

При определении коэффициента рациональности ассортимента должны учитываться все вышеперечисленные показатели с учетом степени значимости или коэффициента весомости для каждого показателя. Коэффициенты весомости определяют экспертным путем, они характеризуют удельную долю показателя при формировании потребительских предпочтений, влияющих на сбыт товаров. Сложность их расчета заключается в том, что не существует общих для всех или хотя бы для группы товаров коэффициентов весомости. Они индивидуальны для каждого товара.

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

Наибольшей гармоничностью отличается групповой ассортимент и его разновидности, наименьшей – смешанный. Гармоничность обеспечивает качественную характеристику ассортимента и не измеряется количественно, вследствие чего это свойство носит описательный характер.

Стремление к гармоничности при формировании ассортимента выражается в специализации магазина или отдельных его секций. К преимуществам гармоничного ассортимента следует отнести наименьшие затраты изготовителя и продавца на доставку, хранение, реализацию, а для потребителя – на поиск и приобретение товаров, близких по назначению или дополняющих друг друга.

3.3. УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ

Управление ассортиментом – деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента. Основопологающими элементами управления являются формирование ассортимента и установление уровня требований по показателям, определяющим рациональность ассортимента.

Формирование ассортимента – деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности, а также достигнуть целей, определенных руководством организации.

Формирование ассортимента не может быть абстрагировано от конкретной организации и должно базироваться на заранее выбранных целях и задачах, обуславливающих направления развития ассортимента. Это определяет ассортиментную политику организации.

Ассортиментная политика – цели, задачи и основные направления формирования ассортимента, определяемые руководством организации.

Цель организации в области ассортимента – формирование реального и/или прогнозируемого ассортимента, максимально приближающегося к рациональному, для удовлетворения разнообразных потребностей и получения запланированной прибыли.

Для этого должны быть решены следующие задачи:

- 1) установлены реальные и предполагаемые потребности в определенных товарах;
- 2) определены основные показатели ассортимента и дан анализ его рациональности;
- 3) выявлены источники товарных ресурсов, необходимые для формирования рационального ассортимента;
- 4) оценены материальные возможности организации для выпуска, распределения и/или реализации отдельных товаров;
- 5) определены основные направления формирования ассортимента.

Основные направления в области формирования ассортимента: сокращение, расширение, стабилизация, обновление, совершенствование, гармонизация.

Указанные направления взаимосвязаны, в значительной мере дополняют друг друга и определяются рядом факторов.

Сокращение ассортимента – количественные и качественные изменения состояния набора товаров за счет уменьшения его широты и полноты. Причинами сокращения ассортимента могут быть падение спроса, недостаточность предложений, убыточность или низкая прибыльность при производстве и/или реализации отдельных товаров.

Расширение ассортимента – количественные и качественные изменения набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны.

Причинами, способствующими расширению ассортимента, являются увеличение спроса и предложения, высокая рентабельность производства и/или реализации товаров, внедрение на рынок новых товаров и/или изготовителей. Так, современное состояние российского потребительского рынка характеризуется расширением ассортимента за счет импортных товаров, а также товаров, изготовленных на основе зарубежных технологий.

Стабилизация ассортимента – состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления.

Это достаточно редкое состояние ассортимента, присущее в основном ассортименту пищевых продуктов повседневного спроса. Ассортимент непродовольственных товаров отличается высокой степенью изменений под воздействием моды, достижений научно-технического прогресса и других факторов.

Обновление ассортимента – качественные и количественные изменения состояния набора товаров, характеризующиеся увеличением показателя новизны.

Критерием выбора этого направления можно считать необходимость удовлетворения новых постоянно изменяющихся потребностей; повышения конкурентоспособности; стремление изготовителей и продавцов стимулировать спрос, побуждая потребителей делать покупки новых товаров для удовлетворения функциональных, социальных и психологических потребностей; изменения моды; достижения научно-технического прогресса.

Совершенствование ассортимента – количественные и качественные изменения состояния набора товаров для повышения его рациональности.

Это комплексное направление изменений ассортимента товаров обуславливает выбор возможных путей: сокращение, расширение и/или обновление ассортимента товаров для формирования рационального ассортимента. Целевой подход к формированию улучшенного рационального ассортимента составляет основную отличительную черту этого направления.

Гармонизация ассортимента – количественные и качественные изменения состояния набора товаров, отражающие степень близости реального ассортимента к оптимальному или лучшим зарубежным и отечественным аналогам, наиболее полно соответствующие целям организации.

На российском потребительском рынке это направление формирования ассортимента сравнительно новое и выражается в стремлении ряда «элитных» магазинов формировать ассортимент по образцу известных зарубежных фирм.

Выбор того или иного направления требует знания факторов, влияющих на формирование ассортимента.

Факторы формирования ассортимента

Различают общие и специфичные факторы формирования ассортимента.

Общими факторами, влияющими на формирование промышленного и торгового ассортимента, являются спрос и рентабельность.

Спрос как потребность, подкрепленная платежеспособностью потребителей, – определяющий фактор формирования ассортимента; в свою очередь он зависит от сегмента потребителей (их доходов, национальных, демографических и других особенностей).

Рентабельность производства и реализации определяется себестоимостью, издержками производства и обращения, на размеры которых оказывают определенное влияние государственные меры по поддержке отечественных изготовителей (льготное налогообложение, таможенные тарифы и др.). Так, формирование ассортимента алкогольной продукции в последние годы в значительной степени определяется мерами по государственному регулированию ее производства и реализации.

Специфичными факторами формирования промышленного ассортимента являются сырьевая и материально-техническая база производства, достижения научно-технического прогресса, а торгового ассортимента – производственные возможности изготовителей, специализация (класс и тип) торговой организации, каналы распределения, методы стимулирования сбыта и формирования спроса, материально-техническая база торговой организации.

Контрольные вопросы

1. На какие виды в зависимости от широты охвата товаров подразделяется ассортимент?
2. Приведите примеры товаров простого и сложного ассортимента.
3. Обоснуйте необходимость деления ассортимента на реальный, прогнозируемый и учебный.
4. В чем отличие широты от полноты ассортимента?
5. Какие показатели характеризуют устойчивость ассортимента?
6. Укажите факторы, влияющие на оптимальные размеры партии и частоту завоза товаров в магазины?
7. Определите цели управления ассортиментом.

Литература

1. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник для вузов. – М.: Норма, 1997. – С. 51–71.
2. Окрепилов В.В. Управление качеством. – М.: Экономика, 1998. – С. 43–47.
3. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2001. – С. 52–55.
4. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник / Под общ. ред. В.В. Шевченко. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 12–15.

Тема 4. КАЧЕСТВО ТОВАРОВ

- 4.1. Показатели качества товаров.
- 4.2. Номенклатура потребительских свойств и показателей.
- 4.3. Методы оценки и измерений качества
- 4.4. Факторы, влияющие на формирование и сохранение качества товаров.

4.1. ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ

Качество товара является одной из его основополагающих характеристик, оказывающих решающее влияние на создание потребительских предпочтений и формирование конкурентоспособности. Это обусловлено сущностью категории качества.

Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности (МС ИСО 8402: 1994 г. п. 2.1).

Обычно потребности выражаются через определенные характеристики на основе установленных критериев, которые формулируются в виде требований к качеству.

Требования к качеству – выражение определенных потребностей или их перевод в набор количественно или качественно установленных требований к характеристикам объекта, чтобы дать возможность их реализации и проверки (МС ИСО 8402: 1994 г. п. 2.3).

Требования к качеству товаров устанавливаются на этапах проектирования и разработки, обеспечиваются материально-техническим снабжением, разработкой и организацией производства, рабочим и окончательным контролем, хранением и реализацией. Перед отпуском потребителю или

потреблением (эксплуатацией) требования к качеству оцениваются по нормам, регламентированным стандартами и ТУ, или в соответствии с запросами потребителей.

В нормативных документах устанавливаются требования к свойствам и показателям, обуславливающим качество. Поэтому далее мы рассмотрим эти составляющие элементы качества.

Показатель качества – количественное и качественное выражение свойств продукции (или товара). Каждый показатель имеет наименование и значение.

Наименование показателя служит качественной характеристикой товара.

Значение показателя является результатом количественного и качественного измерения (размера и размерности). Значение показателя применяется для установления соответствия или несоответствия определенным требованиям или для констатации результатов измерений.

Показатели качества по наименованиям делятся на группы в зависимости от характеризующих свойств (единичные и комплексные) или от назначения (базовые и определяющие).

Классификация показателей качества и их значений представлена на рис. 5.

Единичные показатели – показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров. Например, к единичным показателям относятся цвет, форма, целостность, кислотность.

Комплексные показатели – показатели, предназначенные для выражения сложных свойств товаров. Так, состояние мякиша хлеба – комплексный показатель, характеризующийся через ряд единичных: цвет, пористость, эластичность и др.

Базовые показатели – показатели, принятые за основу при сравнительной характеристике показателей качества. Примером базового показателя может служить цвет эталона, соответствующий цвету муки определенного сорта.

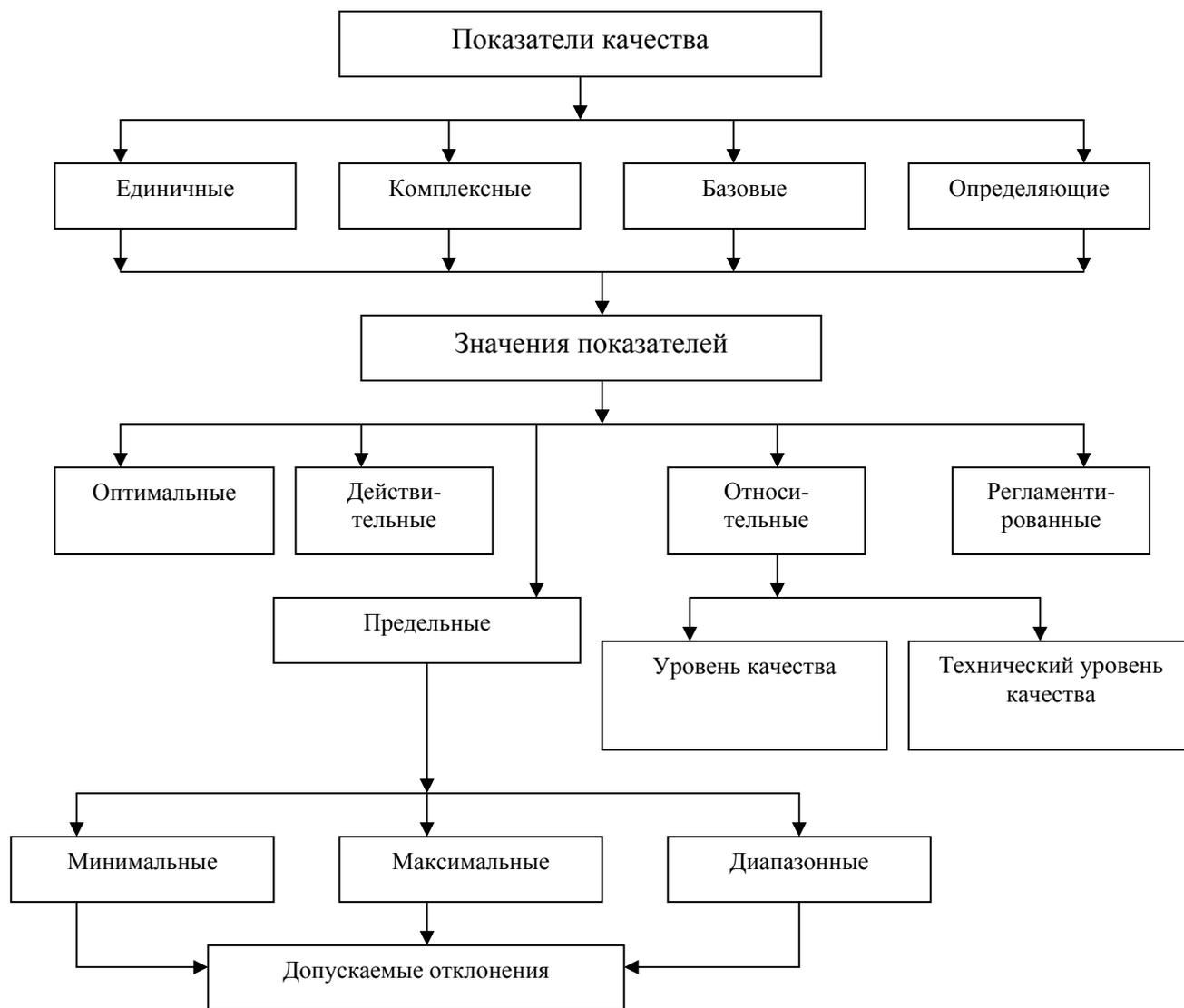


Рис. 5. Классификация показателей качества

Как базовые могут быть использованы показатели базовых образцов аналогичной продукции, отражающие передовые научно-технические достижения.

Определяющие показатели – показатели, имеющие решающее значение при оценке качества товаров. К ним относятся многие органолептические показатели – внешний вид, цвет всех потребительских товаров, вкус и запах пищевых продуктов; физико-химические показатели – массовая доля жира (в жиросодержащих продуктах – коровье молоко, маргарин и др.), этилового спирта (в алкогольных напитках) и т.д.

Всем перечисленным показателям присущи определенные значения, которые делятся на следующие виды: оптимальные, действительные, регламентированные, предельные и относительные.

Оптимальное значение показателя – значение, позволяющее достигнуть наиболее полного удовлетворения части потребностей, которые обуславливает данный показатель.

Действительное значение показателя – значение, определяемое однократным или многократным измерением его.

Например, при оценке качества двух образцов сливочного масла определено содержание жира: в первом – 80,5%, во втором – 82,5%. Полученные результаты являются действительными значениями показателя жирности масла.

Регламентированное значение показателя – значение, установленное действующими нормативными документами.

Содержание (массовая доля) жира в сливочном масле устанавливается действующим ГОСТом – не менее 82%. Указанное значение является регламентированным и одновременно предельным.

Предельное значение – значение показателя качества, превышение или снижение которого регламентируется как несоответствие действующему нормативному документу.

Предельное значение показателей качества может быть или минимальным, или максимальным, или диапазонным. При минимальном предельном значении в нормативных документах устанавливается регламентированное значение – не менее, при максимальном – не более, а при диапазонном – не менее и не более.

Минимальное предельное значение показателей применяется в тех случаях, когда показатель способствует улучшению качества. В приведенном выше примере содержание жира в масле оказывает решающее влияние на его качество, причем чем выше значение показателя, тем более ценным будет товар. При значении показателя ниже минимального предела зачастую ухудшается качество товара.

Если действительное значение показателя ниже минимального предельного, но не связано с потерей безопасности продукции, то выявленное несоответствие может стать основанием не только для снижения сорта и категории товара (например, перевод его в пониженный сорт или нестандарт), но и для уценки его. Так, если содержание этилового спирта в водке ниже минимального предельного (40%), то этот товар можно реализовать, но с уценкой и перемаркировкой всей товарной партии.

Максимальное предельное значение используется для показателей, ухудшающих качество, если установленные пределы будут превышены. Возникающее при этом несоответствие может привести к значительным или критическим дефектам, которые не позволяют использовать товар по назначению или приводят к потере безопасности. В этом случае товар переходит в градацию непригодного для использования по назначению, опасного для потребления и подлежит переработке или уничтожению.

Значения всех показателей безопасности устанавливаются как максимально предельные, и в случае их превышения товар нельзя использовать по назначению.

Диапазонные предельные значения устанавливаются в тех случаях, когда и превышение, и понижение регламентированных пределов вызывают ухудшение качества. Например, размер корнеплодов устанавливается не менее и не более (так, размер корнеплодов моркови должен быть не менее 2 см и не более 6 см), так как у мелких корнеплодов (менее 2 см по наибольшему поперечному диаметру) меньше выход съедобной части, и они хуже сохраняются, а крупные (более 6 см) характеризуются пониженной пищевой ценностью.

К предельным значениям показателей можно отнести и допускаемые отклонения.

Допускаемые отклонения – значения показателей качества, устанавливающие нормированные пределы отклонений от регламентированного или оптимального значения того же показателя.

Допускаемые отклонения применяются для многих товаров. Это вызвано тем, что при существующем уровне развития техники и технологии чрезвычайно трудно и с экономической точки зрения невыгодно выпускать продукцию только с оптимально высокими значениями показателей качества. Многие из допускаемых отклонений в установленных пределах существенно не влияют на

качество товаров. Изменение качества наблюдается лишь при превышении этих допусков. К товарам, для которых предусматривается значительное количество допускаемых отклонений или допусков, относятся свежие, сушеные плоды и овощи, крупы, консервы. Так, в свежих плодах и овощах допускаемые отклонения устанавливаются по ряду повреждений: механических, сельскохозяйственными вредителями, физиологических и микробиологических.

Относительное значение показателя – значение, определяемое как отношение действительного значения показателя к базовому или регламентированному значению того же показателя.

Например, действительное значение показателя содержания жира в сливочном масле составляет 83%, а базовое – 82,5%. Тогда относительное значение показателя равно $83,0 / 82,5 = 1,06$.

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

При оценке уровня качества как базовые могут быть использованы показатели эталонов – образцов, которые могут отражать требования к качеству лучших мировых или отечественных изделий, а также требования (запросы) потребителей. Выбор показателей зависит от целей оценки качества.

Технический уровень качества – относительная сравнительная характеристика технического совершенства товаров, основанная на сравнении действительных значений показателей, характеризующих техническое совершенство, с их базовым показателем, отражающим передовые научно-технические достижения в этой области. Технический уровень качества применяется обычно для характеристики сложнотехнических товаров.

Таким образом, качество товаров представляет собой совокупность свойств и показателей, которые обуславливают удовлетворение разнообразных потребностей в соответствии с назначением конкретных товаров.

4.2. НОМЕНКЛАТУРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Номенклатура потребительских свойств и показателей – совокупность свойств и показателей, обуславливающих удовлетворение реальных или предполагаемых потребностей. В пределах номенклатуры потребительские свойства и показатели подразделяются на группы и подгруппы в зависимости от их особенностей и удовлетворяемых потребностей (рис. 6).

Назначение – способность товаров удовлетворять физиологические и социальные потребности, а также потребности в их систематизации. Назначение относится к одному из определяющих свойств качества товаров. Если товар не удовлетворяет потребителя по назначению, то остальные свойства утрачивают для него привлекательность. Например, если одежда и обувь недостаточно защищают организм человека от неблагоприятных внешних воздействий, то их надежность, эстетические и другие свойства для большинства потребителей не имеют существенного значения.

В зависимости от удовлетворяемых потребностей свойства назначения подразделяют на подгруппы: функционального, социального, классификационного и универсального назначения.

Свойства функционального назначения (функциональные свойства) отражают способность товаров выполнять их основные функции.

Эта подгруппа свойств и показателей чаще всего удовлетворяет физиологические потребности (пищевые продукты, одежно-обувные и т.п.) или выполняет вспомогательные функции (посуда, средства ухода за одеждой, обувью и т.п.). Так, для всех продуктов питания определяющими свойствами функционального назначения являются энергетическая и биологическая ценность; для группы одежно-обувных товаров – это защитные свойства (от неблагоприятных внешних воздействий).

Каждое из указанных свойств может быть охарактеризовано соответствующими показателями: энергетическая ценность выражается в ккал (Дж), а биологическая оценивается по количеству незаменимых аминокислот, жирных кислот, витаминов и минеральных веществ. Функциональные свойства стиральной машины могут быть выражены количеством и качеством выстиранного белья.

В то же время существует достаточно многочисленная группа непродовольственных товаров, функциональные свойства которых обуславливают удовлетворение только социальных потребностей, например, ювелирные изделия, антикварные предметы, музыкальные товары.

При определении функциональных свойств необходимо установить основное назначение товара и условия использования по назначению, обеспечивающие наиболее полное удовлетворение потребностей.

Свойства социального назначения – способность товаров удовлетворять индивидуальные или общественные социальные потребности.

Для большинства товаров (за исключением ранее перечисленных) степень значимости этой подгруппы потребительских свойств ниже, чем функциональных. Например, для модной одежды, обуви социальное назначение имеет большое значение, но функциональное назначение все же важнее. Аналогичная зависимость отмечается, например, и для деликатесных пищевых продуктов.

Показателями социального назначения зачастую выступают внешний вид товаров, состав и содержание отдельных компонентов (например, драгоценных металлов, камней, ароматических веществ и т.п.). Нередко эти показатели могут быть измерены лишь качественно и связаны с психолого-физиологическим восприятием товара потребителем. К таким показателям относятся имидж товара, внешний вид (например, модный в этом сезоне цвет), иногда аромат (для духов, кремов и т.п.) или звук (для аудиотехники).

Классификационное назначение – способность ряда свойств и показателей выступать в качестве классификационных признаков.

Классификационными признаками могут служить многие показатели или свойства (химический состав и отдельные вещества, функциональные свойства и др.). Так, содержание жира является классификационным признаком для жиросодержащих пищевых продуктов: творог бывает нежирный и жирный; молоко – 1,5%-; 2,5%-; 3,2%-; 6,0%-ной жирности; рыба – особо жирная, жирная, среднежирная и тощая.

Разные модели автомобилей могут быть классифицированы по мощности двигателя, расходу топлива, грузоподъемности, функциональному назначению (грузовые, легковые) и другим признакам.

Универсальное назначение – способность свойств и показателей удовлетворять разнообразные потребности.

Содержание жира в пищевых продуктах обуславливает энергетическую ценность, а незаменимых жирных кислот – биологическую ценность, т.е. определяет функциональное назначение жиросодержащих пищевых продуктов.

Надежность – способность товаров сохранять функциональное назначение в процессе хранения и/или потребления (эксплуатации) в течение заранее оговоренных сроков.

Надежность постоянно изменяется вследствие процессов, происходящих при хранении, потреблении и эксплуатации товаров. Это свойство не может быть безграничным. Речь может идти лишь об ограниченном ресурсе надежности, измеряемом определенным отрезком времени, в течение которого исходные свойства товара изменяются незначительно, что позволяет их использовать в соответствии с назначением.

В зависимости от критерия надежности различают следующие подгруппы: долговечность, безотказность, ремонтпригодность и сохраняемость.

Долговечность – способность товаров сохранять работоспособность до наступления предельного состояния или установленного времени технического обслуживания и ремонта. Долговечность – свойство непродовольственных товаров длительного пользования. Оно нехарактерно для товаров продовольственных, а также непродовольственных, предназначенных для непосредственного потребления, в ходе которого они частично или полностью безвозвратно утрачиваются (например, парфюмерно-косметические товары).

Долговечность как показатель сохранения функционального назначения зачастую приходит в противоречие с социальным назначением. Так, многие непродовольственные товары, обладающие значительной долговечностью, морально устаревают, утратив социальное назначение. Это относится к одежде, обуви, головным уборам, некоторым сложнотехническим товарам. Показателями долговечности могут служить срок эксплуатации изделий, ресурс и др.

Срок эксплуатации – продолжительность эксплуатации товаров, в течение которой они выполняют свои основные функции.

Ресурс – предельная возможность эксплуатации товаров, зафиксированная в нормативных документах. Например, число часов работы, количество включений и выключений (выключатели).

Безотказность – способность товаров выполнять функциональное назначение без возникновения дефектов, из-за которых невозможна или затруднена их дальнейшая эксплуатация.

Безотказность характеризуется сроками, в течение которых товары эксплуатируются без сбоев и отказов, а также количеством возникающих в течение обусловленного периода дефектов.

Безотказность как свойство надежности наиболее часто применяется для сложнотехнических товаров (бытовой техники), оборудования, транспортных средств и т.п.

Показателями безотказности могут служить средняя наработка до первого отказа, интенсивность отказов, вероятность безотказной работы. Последний показатель означает, что в пределах заданной наработки отказ не возникает.

Ремонтопригодность – способность товаров восстанавливать свои исходные свойства, в первую очередь функциональное назначение, после устранения выявленных дефектов.

Ремонтные работы проводятся для восстановления основных свойств товаров, утраченных при эксплуатации или вследствие возникновения дефектов. Ремонт возможен лишь при наличии запасных деталей или комплектующих изделий.

Ремонтопригодность характерна для многих непродовольственных товаров, особенно сложнотехнических, которые по этому свойству подразделяются на ремонтпригодные и ремонтнепригодные.

Ремонтпригодные товары после возникновения дефектов и их устранения могут быть использованы по назначению. К таким товарам можно отнести большинство бытовой техники и многие комплектующие изделия к ним (например, автомобили, телевизоры, многие марки утюгов).

Ремонтнепригодные товары не подлежат ремонту из-за определенных конструктивных особенностей или отсутствия запасных деталей. Например, непригодны к ремонту электрические лампы, батарейки, некоторые типы розеток, штепселей, авторучек одноразового действия и т.п. У этих товаров безотказность совпадает с долговечностью.

Сохраняемость – способность поддерживать исходные количественные и качественные характеристики без значительных потерь в течение определенного срока, если же эти потери происходят, то они должны быть экономически оправданы. Сохраняемость присуща всем потребительским товарам, так как хранение – неизбежный этап любого товародвижения. Особенно важно это свойство для пищевых продуктов. Хранение начинается с момента выпуска готовой продукции и продолжается до утилизации товара.

Этап хранения условно можно разделить на два периода: складского хранения у изготовителя, в оптовой и розничной торговле; домашнего хранения у потребителя.

Сохраняемость товаров обусловлена их структурой или строением, химическим составом и свойствами веществ, наличием защиты от неблагоприятных внешних воздействий (упаковка, защитные покрытия), зависит от условий и сроков хранения. Многофакторность, определяющая это свойство, требует для обеспечения сохраняемости профессиональных знаний и умения.

Показателями сохраняемости потребительских товаров являются потери, выход товарной (стандартной) продукции, сроки хранения. Сохраняемость тесно связана с безопасностью многих товаров, особенно скоропортящихся пищевых продуктов, так как важнейшей целью хранения является обеспечение безопасности.

Эргономические свойства – способность товаров создавать ощущения удобства, комфортности, наиболее полного удовлетворения потребностей в соответствии с антропометрическими, психологическими и психолого-физиологическими характеристиками потребителя.

Эргономика – наука, комплексно изучающая человека в конкретных условиях его деятельности с целью оптимизации средств и процессов труда или эксплуатации либо потребления. Вначале эргономика занималась лишь комплексным изучением и проектированием трудовой деятельности для оптимизации изделий, условий и процессов труда. В настоящее время сфера ее применения значительно расширилась и охватывает также потребление (эксплуатацию) товаров. Эргономические свойства удовлетворяют физиологические и/или психологические потребности в соответствии с определенными характеристиками потребителя. В зависимости от этих характеристик эргономические свойства подразделяются на подгруппы: антропометрические, психологические и психолого-физиологические.

Антропометрические свойства – способность товаров при потреблении (эксплуатации) соответствовать в наибольшей степени измеряемым характеристикам потребителя. Эти свойства должны создавать комфортность, удобства при потреблении товаров.

Психологические свойства – способность товаров обеспечивать при потреблении (эксплуатации) душевную комфортность потребителю. Душевный комфорт – состояние внутреннего спокойствия, отсутствия разлада с собой и окружающим миром.

Психолого-физиологические свойства – способность товаров обеспечивать соответствие психолого-физиологическим возможностям потребителя. Эти свойства комплексно удовлетворяют психологические и физиологические потребности человека. Одной из разновидностей этих свойств являются органолептические свойства, основу которых составляет психолого-физиологическое восприятие человеком отдельных свойств товаров с помощью органов чувств.

Эстетические свойства – способность товаров выражать в чувственно-воспринимаемых признаках формы общественные ценности и удовлетворять эстетические потребности человека.

Эстетические свойства вещей изучает эстетика – наука о сущности и формах прекрасного в природе, предметах, художественном творчестве и жизни.

Показателями эстетических свойств товаров могут служить внешний (товарный) вид, целостность, дизайн, мода, стиль, информационная выразительность, совершенство производственного исполнения.

Внешний вид – комплексный показатель, включающий форму, цвет, состояние поверхности, иногда целостность. Для эстетического восприятия разных товаров значимость перечисленных единичных показателей внешнего вида неодинакова и зависит от особенностей товаров.

Форма характеризуется геометрическими параметрами. На восприятие формы большое влияние оказывает соотношение размеров. Наиболее удовлетворяет эстетические потребности гармоничная форма, отличающаяся органическим сочетанием размеров с геометрическими параметрами и назначением изделия. Для товаров, сконструированных из отдельных деталей, большое значение имеет их совместимость и направленность формирования.

Цвет определяется световыми волнами определенной длины, воспринимаемыми глазом человека. Для эстетического восприятия имеют значение цветовое решение и цветовая гамма.

Состояние поверхности зависит от состава и структуры веществ или материалов, входящих в товары или упаковку. По степени значимости для эстетического восприятия этот показатель уступает форме и цвету. Эстетичность поверхности оценивается по ее состоянию (гладкая, шероховатая, ворсистая и т.п.), текстуре, наличию выступающих деталей. На эстетическое восприятие поверхности влияют форма и цвет, причем все три показателя оцениваются практически одновременно и в комплексе, составляя целостность композиции.

Целостность композиции отражает рациональную взаимосвязь внешних признаков с внутренней структурой и предполагает подчиненность главным элементам второстепенных, единство стиливого решения всех частей изделий.

Экологические свойства – способность товаров не оказывать вредного воздействия на окружающую среду при их эксплуатации или потреблении.

Все большее загрязнение окружающей среды ставит существование человечества на грань катастрофы. В этих условиях резко возрастает степень значимости экологических свойств. Несмотря на это, в действующих нормативных документах редко устанавливаются показатели экологических свойств товаров, хотя многие потребительские товары обладают такими свойствами. Примером экологических свойств автомобилей может служить содержание вредных веществ в выхлопных газах; для тканей и одежды – это прочность красителей; для порошкообразных товаров (муки, крахмала, мела, цемента, стиральных порошков) – надежность транспортных средств или упаковки, которые должны предохранять от распыления.

Безопасность – состояние, при котором риск вреда или ущерба ограничен допустимым уровнем. Применительно к качеству потребительских товаров безопасность может быть определена как отсутствие недопустимого риска для жизни, здоровья и имущества потребителей при эксплуатации или потреблении товаров.

Безопасность – важнейшее свойство качества, которым должны обладать все потребительские товары. В отличие от других потребительских свойств, ухудшение или утрата которых приводит к потерям функционального или социального назначения, превышение допустимого уровня показателей безопасности переводит продукцию в категорию опасной. Опасная продукция подлежит уничтожению, а продукция, утратившая иные потребительские свойства, или относится к условно пригодной и может быть использована на промышленную переработку, или ее утраченные свойства могут быть восстановлены после соответствующего устранения дефектов.

Химическая безопасность – отсутствие недопустимого риска, который может быть нанесен токсичными веществами жизни, здоровью и имуществу потребителей.

Вещества, влияющие на химическую безопасность товаров, подразделяются на следующие группы: токсичные элементы (соли тяжелых металлов); микотоксины; нитраты и нитриты; пестициды; антибиотики; гормональные препараты; высшие спирты и альдегиды; сложные эфиры;

фурфурол и оксиметилфурфурол; мономеры; запрещенные токсичные элементы оказывают существенное влияние на безопасность товаров. По степени значимости в убывающем порядке их можно расположить следующим образом: мышьяк, ртуть, кадмий, свинец, медь, цинк, железо.

Эти элементы учитываются при сертификации всех пищевых продуктов, при подтверждении соответствия их показателям безопасности. Исключение составляет железо, предельно допустимые концентрации (ПДК) которого устанавливаются лишь для консервов в металлической таре, вина и виноматериалов.

Для непродовольственных товаров токсичные элементы также регламентируются: для посуды – кадмий (для всех групп), свинец (для керамической посуды); упаковочных материалов – свинец.

Токсичные элементы оказывают вредное воздействие на организм человека при потреблении внутрь (пищевые продукты), а также при контакте с незащищенными частями тела. Превышение ПДК токсичных элементов может вызвать отравления разной степени тяжести, иногда даже со смертельным исходом.

Радиационная безопасность – отсутствие недопустимого риска, который может быть нанесен жизни, здоровью и имуществу потребителя радиоактивными элементами (изотопами) или ионизирующим излучением этих элементов. В качестве показателей радиационной безопасности пищевых продуктов устанавливаются ПДК радиоактивных изотопов кобальта, цезия и стронция (Co^{60} ; Cs^{90}), а также радионуклидов.

Из непродовольственных товаров наиболее опасны в радиационном отношении некоторые строительные материалы (шифер, асбест, цемент и др.), минеральные удобрения, ювелирные изделия с драгоценными и полудрагоценными камнями ряда месторождений. Сведения о радиационном неблагополучии других непродовольственных товаров отсутствуют.

Механическая безопасность – отсутствие недопустимого риска для жизни, здоровья и имущества потребителей, который может быть нанесен вследствие различных механических воздействий (ударов, трения, проколов, деформации).

Показатель механической безопасности устанавливается в основном для непродовольственных товаров: одежды, обуви (коэффициент толщины швов – для чулочно-носочных изделий, требования к швам и срезам – для бельевых швейных изделий, величина деформации подноски и задника – для обуви и т.п.), автомеханических средств (наличие ремней безопасности, амортизаторов, отсутствие в салоне и на кузове выступающих деталей). Для пищевых продуктов механическая безопасность не нормируется.

Электрическая, магнитная и электромагнитная безопасность – отсутствие недопустимого риска, который может быть нанесен воздействием электрических, магнитных и электромагнитных полей при эксплуатации сложнотехнических товаров.

Эти виды безопасности присущи только электротоварам, при включении которых в источники электрического тока создаются электрические, магнитные и электромагнитные поля различной частоты и мощности. Эти поля оказывают негативное воздействие на организм человека, если нарушаются допустимые уровни.

Степень воздействия на организм человека зависит от вида и марки электротоваров, продолжительности их работы и соблюдения правил эксплуатации. К бытовым приборам, создающим наиболее сильные электрические и электромагнитные поля, относятся СВЧ-печи и телевизоры, особенно цветные.

Термическая безопасность – отсутствие недопустимого риска, наносимого потребителю воздействием высоких температур при эксплуатации и потреблении товаров. Термической безопасностью должны обладать нагревательные приборы. Ее необходимо обеспечивать также при подаче и реализации готовых пищевых продуктов в горячем состоянии.

Санитарно-гигиеническая безопасность – отсутствие недопустимого риска, который может возникнуть при различного рода биоповреждениях потребительских товаров. К биоповреждениям относятся повреждения микробиологические и зоологические.

Микробиологические повреждения (заболевания) вызывают разнообразные микроорганизмы. Различают бактериальные и грибные заболевания, являющиеся наиболее распространенными причинами, по которым пищевые продукты утрачивают санитарно-гигиеническую безопасность. При этом в продуктах накапливаются токсические вещества (микротоксины – при плесневении, трупные и иные яды – при гниении, токсины ботулинуса, сальмонеллы, стафилококка, кишечной палочки и др.), которые вызывают отравления разной степени, иногда и с летальным исходом.

Микробиологические повреждения непродовольственных товаров встречаются реже, в основном это плесневение тканей, кожи, мехов и изделий из них. Биоповреждения второй группы

следует назвать зоологическими, так как их вызывают различные представители животного мира (насекомые, грызуны, птицы).

Противопожарная безопасность – отсутствие недопустимого риска для жизни, здоровья и имущества потребителей при хранении и эксплуатации товаров в результате их возгорания или самовозгорания. Этот вид безопасности присущ в большей степени непродовольственным товарам, хотя при несоблюдении правил пожарной безопасности гореть могут почти все потребительские товары, в том числе и продукты питания.

Однако наибольшей возгораемостью при хранении отличаются такие виды товаров, как этиловый спирт, нефтепродукты, лаки, краски, растворители, фото- и кинотовары, которые нельзя хранить вблизи отопительных приборов, открытых источников пламени, при доступе солнечного света.

Обеспечение противопожарной безопасности имеет важное значение при эксплуатации бытовых электрических приборов, автомобилей, электрооборудования, телевизоров, радиоприемников и т.п.

Несмотря на повышенную пожарную опасность многих потребительских товаров, только для отдельных изделий предусмотрены определенные меры безопасности в виде предупредительных надписей на маркировке (например, на лакокрасочных изделиях, фотопленке, лаках для волос и др.). Обеспечение пожарной безопасности остальных товаров сводится к общим правилам противопожарной охраны складов, подсобных помещений, торговых залов и др.

4.3. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ИЗМЕРЕНИЙ КАЧЕСТВА

Оценка качества – совокупность операций по выбору номенклатуры показателей, определению их действительного значения и сопоставлению с базовыми показателями. Деятельность по оценке качества складывается из трех групп операций, каждой из которых свойственны специфические особенности.

Основными критериями выбора являются: этап жизненного цикла продукции (приемка сырья, производство, хранение, распределение и реализация); потребности, которые должен удовлетворять товар; субъективные особенности оценщика.

Так, на этапе приемки сырья, предназначенного для изготовления продукции с сильно измененными свойствами, в том числе внешним видом, существенное значение имеют показатели технологических свойств и безопасности, но не важны эстетические свойства. В то же время при реализации в номенклатуру показателей качества необходимо включать показатели всех потребительских свойств, но особенно важны для потребителя показатели назначения, надежности, безопасности, эргономических и эстетических свойств.

При выборе номенклатуры потребительских свойств и показателей чрезвычайно важно правильно выбрать из всего многообразия такие показатели, которые имеют решающее значение для определенных целей.

Определение действительных значений показателей качества проводится путем количественных и качественных измерений. Количественные измерения применяются для определения размера показателя, а качественные – для размерности.

В качестве базовых показателей могут быть приняты регламентированные значения стандартов или других нормативных документов, а также стандартные образцы, вещества, эталоны. При сравнении выявляется соответствие или несоответствие действительных значений показателей качества базовым. Эта операция завершается установлением определенных градаций, классов, товарных сортов, марок продукции, что, в конечном счете, связано с принятием решения о присвоении товару определенной градации качества.

Градация, класс, сорт – категория или разряд, присвоенные объектам, имеющим то же самое функциональное применение, но различные требования к качеству (МС ИСО 8402: 1994).

Градация, класс, сорт отражают предусмотренное или установленное различие в требованиях к качеству, которые, в свою очередь, устанавливают взаимосвязь функционального использования и затрат.

Для принятия окончательного решения о градации качества товара необходимо сравнить действительные и базовые значения по всей номенклатуре выбранных показателей.

Стандартным признается товар, который соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям. Если хотя бы по одному из определяемых показателей выявлено

несоответствие, то товару не может быть присвоена стандартная градация, а только пониженная – нестандартная или брак.

К *нестандартному* относится товар, который не соответствует установленным требованиям по одному или комплексу показателей, но это несоответствие не является критическим (опасным). Например, если влажность хлеба выше установленной нормы, то он относится к нестандартному.

4.4. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ И СОХРАНЕНИЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ

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

При планировании и осуществлении этих мероприятий необходимо учитывать комплекс факторов, влияющих на формирование и сохранение качества и количества товаров. На разных этапах единого технологического цикла приоритетны разные группы факторов: формирующие или сохраняющие.

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

К этой группе факторов относятся проектирование, разработка продукции; сырье; конструкция; технология производства.

При *проектировании и разработке продукции* предусматриваются определенные требования к ее качеству и количеству. Эти требования должны устанавливаться на основе маркетинговых исследований рынка, конечным результатом которых является определение запросов потребителей к уровню качества, а также к наиболее приемлемым количественным характеристикам (размерам изделий, массе упаковочных единиц и т.п.).

Успех (или провал) обеспечения качества и количества во многом обусловлен этим фактором. От того, насколько правильно потребности выявлены и отражены в характеристиках конкретного продукта, зависит конечный результат – сбыт и реализация товаров. Этот фактор является определяющим для всех остальных формирующих факторов.

Сырье – один из основополагающих факторов, формирующих качество и количество товаров. Виды сырья и их соотношение (рецептура) определяются на этапе проектирования и разработки продукции. На этапе производства необходимо лишь четко соблюдать заданные сырьевые параметры.

Различают основное и вспомогательное сырье, материалы, в том числе упаковочные, а также полуфабрикаты и комплектующие изделия. Различия между указанными элементами сырьевого фактора заключаются в степени их обработки и готовности, а также воздействия на формирование качества и количества продукции.

Основное сырье – составная часть сырья, существенно влияющая на формирование качества и количества готовой продукции на стадии производства.

Состав и свойства сырья могут подвергаться более или менее значительным изменениям, обусловленным глубиной технологической обработки. В ряде случаев сырье и материалы существенно не изменяются. Так, при пошиве одежды состав и свойства тканей не изменяются; изменения касаются только формы изделий в соответствии с конструкцией. В то же время при производстве многих пищевых продуктов происходят существенные изменения состава и свойств основного сырья (например, при производстве хлеба, сухарных, бараночных, кондитерских изделий, виноградных вин, спирта, сыра, масла).

Вспомогательное сырье – составной элемент сырья, предназначенный для улучшения состава и свойств основного сырья и/или готового продукта.

Вспомогательное сырье, как правило, не определяет количественные характеристики изготавливаемого товара. В ряде случаев даже ограничивается максимальное предельное содержание этого сырья. Например, в соленых огурцах содержание специй не должно превышать 8% массы готового продукта.

Вспомогательные материалы – одна из разновидностей вспомогательного сырья. К ним относятся упаковка, перевязочные и отделочные материалы. Упаковку, включающую тару и упаковочные материалы, а также перевязочные материалы (шпагат, ленты, скрепки и т.п.), используют для многих потребительских товаров. Отделочные материалы применяют в основном для

непродовольственных товаров, особенно одежно-обувных, строительных, ювелирных, в меньшей степени – для пищевых продуктов (торты и пирожные, некоторые мясные и рыбные деликатесы).

Конструкция – совокупность формы, размера, способа соединения и взаимодействия деталей и узлов, а также соотношение между отдельными элементами, определяемые при разработке изделий.

Этот фактор оказывает решающее воздействие на формирование основных характеристик непродовольственных товаров: ассортиментную, количественную, качественную и стоимостную.

Назначение конструкции – обеспечение функциональных, эргономических, эстетических свойств, безопасности и надежности изделий. В процессе конструирования обеспечиваются удобство пользования, заданные размер и внешний вид, долговечность, ремонтпригодность изделий. Последние два свойства не являются обязательными для товаров одноразового использования или кратковременного назначения.

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

Наряду с основным сырьем технологические процессы оказывают решающее воздействие на формирование реального качества и количества конкретного продукта, его ассортиментной принадлежности. В процессе производства компоненты сырья подвергаются большим или меньшим изменениям, в результате чего качество готового продукта определяется тремя группами компонентов:

- 1) компоненты, перешедшие в готовую продукцию без существенных изменений;
- 2) компоненты сырья, изменившие исходные свойства;
- 3) вновь образовавшиеся компоненты.

Различают три основных этапа технологии производства: подготовительный, основной и окончательный.

Подготовительный этап – совокупность операций по подготовке основного и вспомогательного сырья и комплектующих изделий к переработке или сборке. На этом этапе исходные свойства сырья практически не изменяются, или эти изменения касаются отделения малоценных частей. Например, при производстве колбас на подготовительном этапе проводят обвалку и жиловку мяса; при производстве плодоовощных консервов – мойку и сортировку сырья по качеству.

Основными операциями подготовительного этапа могут быть раскрой, мойка, резка, обвалка, измельчение, сортировка, растворение в воде, плавление и т.п. Эти операции относятся к способам механической и гидромеханической обработки.

Основной этап – совокупность операций по переработке сырья (материалов, полуфабрикатов) или сборке комплектующих изделий для получения готовой продукции. Этот этап имеет решающее значение для формирования качества готовой продукции на стадии производства. Для него характерно существенное изменение исходных свойств сырья, материалов, полуфабрикатов, если применяется их глубокая переработка. Эти изменения обусловлены взаимодействием отдельных компонентов сырья, а также термическими, механическими и иными воздействиями, вследствие чего товары утрачивают исходные свойства или приобретают новые свойства, в том числе и назначение.

В результате сборки готовые изделия приобретают новые свойства, отличные от свойств комплектующих деталей. В этом случае количество переходит в качество, если соблюдается принцип совместимости. Например, при пошиве обуви, одежды происходит сборка готовых деталей изделия.

На основном этапе применяются разнообразные технологические операции: смешивание по рецептуре, термическая, механическая, электрическая и иная обработка, сборка.

Окончательный этап – совокупность операций по обработке готовой продукции с целью придания ей товарного вида, улучшения сохраняемости и подтверждения соответствия установленным требованиям.

Исходные свойства сырья на этом этапе не изменяются, так как новое качество готового продукта уже сформировано. Все операции этого этапа направлены либо на дополнительные улучшения качества готовой продукции (упаковка, сортировка по градациям качества, обработка поверхности защитными покрытиями, окраска, маркирование и т.п.), либо на окончательный контроль качества.

Хотя каждый этап технологии производства вносит определенный вклад в формирование качества готового продукта, наибольшее значение все же имеют операции основного этапа.

Одним из необходимых элементов системы качества на производстве является контроль за соблюдением установленных требований к технологическому режиму путем проведения рабочих

испытаний после каждой операции и окончательного контроля готовой продукции. В результате этого контроля проводятся корректирующие мероприятия.

К **сохраняющим факторам** относится упаковка, хранение, товарная обработка, реализация товаров, послепродажное обслуживание.

Упаковка – средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту товара от повреждений и потерь, а окружающую среду – от загрязнения.

Безопасность упаковки означает, что содержащиеся в ней вредные для организма вещества не могут перейти в товар, непосредственно соприкасающийся с упаковкой. Это не значит, что в упаковке полностью отсутствуют вредные вещества. Такие вещества содержат многие виды упаковки. Например, в металлической таре имеются железо, олово или алюминий; в бумаге – свинец; в полимерных материалах – мономеры.

Экологические свойства упаковки – способность ее при использовании и утилизации не наносить существенного вреда окружающей среде. Абсолютно безопасных для окружающей среды видов упаковки нет, так как при утилизации разных видов упаковки в окружающую среду выделяются разнообразные вещества, отличающиеся различной степенью воздействия на нее.

Надежность упаковки – способность сохранять механические свойства и/или герметичность в течение длительного времени.

Совместимость упаковки – способность не изменять потребительские свойства упакованных товаров.

Взаимозаменяемость – способность упаковок одного вида заменять упаковки другого вида при использовании по одному функциональному назначению. Например, герметичные металлические банки могут быть заменены стеклянными банками с металлическими крышками, ящики – контейнерами или картонными коробками.

Эстетические свойства также очень важны для упаковки и в первую очередь для потребительской тары. Эстетичность упаковки достигается путем применения привлекательных материалов (фольга, целлофан, полиэтилен и т.п.), а также красочного оформления (цветовая гамма и рисунки).

Хранение – этап технологического цикла товародвижения от выпуска готовой продукции до потребления или утилизации, цель которого – обеспечение стабильности исходных свойств или их изменение с минимальными потерями.

При хранении проявляется одно из важнейших потребительских свойств товаров – сохраняемость, благодаря которому возможно доведение товаров от изготовителя до потребителя независимо от их местонахождения, если сроки хранения превышают сроки перевозки. Конечный результат эффективного хранения товаров – сохранение их без потерь или с минимальными потерями в течение заранее обусловленного срока. Показателями сохраняемости служат выход стандартной продукции, размер потерь и сроки хранения.

Выход стандартной продукции и потери связаны обратнопропорциональной зависимостью: чем выше потери, тем меньше выход стандартной продукции. Оба показателя сохраняемости зависят от условий и сроков хранения.

Условия хранения – совокупность внешних воздействий окружающей среды, обусловленных режимом хранения и размещением товаров в хранилище.

Режим хранения – совокупность климатических и санитарно-гигиенических требований, обеспечивающих сохраняемость товаров. Можно выделить климатический и санитарно-гигиенический режимы хранения.

Требования к **климатическому режиму хранения** включают требования к температуре, относительной влажности воздуха, воздухообмену, газовому составу и освещенности.

Товарная обработка – совокупность операций по подготовке товаров к реализации. Назначением ее является обеспечение надлежащего качества и необходимого количества или комплектности товаров.

В ряде случаев на этом этапе происходит и формирование качества. Так, при одной из операций товарной обработки – сортировке – в результате отбраковки низкокачественных экземпляров товаров качество товарной партии в целом повышается. Существуют и другие операции, улучшающие качество товаров.

Обеспечение надлежащего качества достигается с помощью следующих основных операций: сортировки, калибровки, мойки, покрытия защитными оболочками или, наоборот, их удаления.

Сортировка товаров по качеству – операция по разбраковке товарной партии на градации качества и удалению некачественных экземпляров. При сортировке товаров отбраковывают

нестандартные товары и отходы. При делении товаров на сорта проверяют соответствие фактического качества стандартной продукции сорту, указанному на маркировке или в товарно-сопроводительных документах.

Калибровка – операция по разделению товаров по размерам. Для этих целей применяют простейшие приспособления – калибры или калибровочные машины. Калиброванные товары – одинакового размера – имеют более привлекательный товарный вид, лучше размещаются в таре, а в ряде случаев характеризуются одинаковым качеством, в том числе и сохраняемостью.

Мойка – операция по удалению поверхностного загрязнения товаров. Загрязнения могут быть почвенными, химическими, радиационными и микробиологическими. Они попадают на поверхность товаров из атмосферного воздуха с пылью, при контакте с загрязняющими объектами (земля, другие загрязненные товары, грязные руки и т.п.), а также вследствие развития микроорганизмов.

Фасовка – операция по разделению товарной массы на единичные экземпляры товаров или их совокупность заданных размеров. Фасовка осуществляется путем разрезания или отделения товаров необходимой массы или длины с последующим их измерением (взвешивание, отмеривание). Цель фасовки – придание товару определенных количественных характеристик.

Упаковывание – операция по укладыванию товаров в тару или завертывание их в упаковочные материалы для обеспечения сохраняемости.

Перед подготовкой к продаже проводят *разупаковывание* товаров из транспортной тары. Товары освобождают от упаковки в тех случаях, когда необходимо проверить их качество для предупреждения реализации некачественных единичных экземпляров, для фасования или придания готовым изделиям более привлекательного внешнего вида или для выкладки единичных экземпляров в торговом зале. После разупаковывания и фасования товары могут быть вновь упакованы, если они не имеют производственной упаковки.

Реализация товаров – деятельность по отпуску товаров потребителям. Назначением реализации является создание потребительских предпочтений, обеспечивающих сбыт товаров.

От всех перечисленных ранее факторов, сохраняющих качество, реализация товаров отличается наименьшим временем осуществления, поэтому оказывает самое незначительное влияние на сохраняемость, особенно если товар заранее прошел предреализационную товарную обработку.

Доставка товаров – торговая услуга по транспортированию приобретенных товаров по адресу, указанному потребителем. Назначением ее является обеспечение сохраняемости товаров в процессе транспортирования. Для этого товары или дополнительно упаковывают в транспортную тару, или используют специальные приспособления, транспорт и обученных для этих целей работников.

Послепродажное обслуживание – комплекс торговых услуг, обеспечивающих сохраняемость товаров у потребителя в процессе их доставки, хранения, эксплуатации и использования. Назначение этих услуг – создание положительного послепродажного отношения потребителей к товару и фирме-изготовителю и/или продавцу за счет более полного удовлетворения потребностей при использовании или эксплуатации товаров благодаря длительному сохранению функционального назначения, безопасности и других потребительских свойств, значимых для потребителя.

Контрольные вопросы

1. В чем отличие простых и сложных свойств товаров?
2. Перечислите основные показатели качества продукции.
3. Обоснуйте значимость психолого-физиологических свойств продукции.
4. Какие виды безопасности в зависимости от природы воздействия различаются в товароведении? Приведите примеры.
5. Определите формирующие и сохраняющие факторы обеспечения качества и количества товаров.
6. Выявите значимость послепродажного обслуживания с точки зрения сохранения качества товаров.

Литература

1. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник для вузов. – М.: Норма, 1997. – С. 72–105.
2. Окрепилов В.В. Управление качеством. – М.: Экономика, 1998. – С. 50–54.
3. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2001. – С. 102–112.
4. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник / Под общ. ред. В.В. Шевченко. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 70–92.

Тема 5. ИНФОРМАЦИЯ О ТОВАРЕ

- 5.1. Классификация видов информации о товаре.
- 5.2. Маркировочно-справочная товароведная информация.
- 5.3. Маркировочно-условная информация о товаре.
- 5.4. Знаки соответствия как фактор конкурентоспособности товара.

5.1. КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРЕ

Информация о товаре – это совокупность характеризующих его сведений. Ее основная функция – информирование покупателя о потребительной стоимости товара. Информация о товаре влияет на формирование потребительского спроса на товары.

С позиции товароведения как научной дисциплины виды информации о товаре классифицируют по следующим признакам:

- 1) *по источнику происхождения* – торговая, производственная и бытовая;
- 2) *по характеру проявления* – товароведная и организационная;
- 3) *по объему* – специальная (для специалистов) и покупательская (для потребителей);
- 4) *по форме представления* – маркировочно-справочная, маркировочно-условная, эксплуатационно-сопроводительная и рекламно-справочная.

5.2. МАРКИРОВОЧНО-СПРАВОЧНАЯ ТОВАРОВЕДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Маркировочно-справочная товароведная информация предусмотрена нормативно-технической документацией. Она включает *маркировку изделий* – нанесение определенных знаков или символов, характеризующих изделие. Маркировка изделия должна быть информативной, лаконичной, достоверной, достаточной, запоминающейся.

Маркировка может быть словесной (слова, буквы, цифры, символы), изобразительной (рисунок, фигура, график), объемно-пространственной (рельефное изображение), комбинированной.

Маркировка включает изображение товарного знака предприятия-изготовителя, наименование и местонахождение предприятия-изготовителя, наименование изделия, номер стандарта или ТУ, потребительские характеристики товара, артикул, дату выпуска и т.д. Маркировка потребительской тары, помимо потребительской маркировки, должна иметь товарный знак.

Наносят маркировку непосредственно на изделие или на основной ярлык, прикрепленный к изделию, на контрольный ярлык, этикетки, тканевые ленты и т.д.

Носителем маркировочно-справочной товароведной информации является клеймо – составная часть маркировки.

Клеймо – это знак, который наносят на изделие с помощью специальной формы. Клеймение и маркирование могут осуществляться различными методами, выбор которых определяется многими условиями. Поэтому в нормативно-технической документации указывается метод нанесения маркировки.

5.3. МАРКИРОВОЧНО-УСЛОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ТОВАРЕ

Маркировочно-условная информация представляется в виде условных знаков. Существует четыре типа обозначения знаков: фирменное имя, фирменный знак, торговый образ, товарный знак.

Фирменное имя – слово, буква или группа слов и букв, которые могут быть произнесены.

Фирменный знак – это символ, рисунок, отличительный цвет или обозначение.

Торговый образ – это персонифицированная торговая марка; присваивается определенному виду товара, свойства которого отличаются от свойств других товаров того же вида.

Товарный знак – обозначение, помещаемое на товаре (или упаковке) промышленными и торговыми предприятиями для индивидуализации товара и его производителя. Товарный знак может быть словесным, изобразительным, объемным; выполняет функции гарантии качества товара и его рекламы.

Порядок приобретения права на товарный знак, его использования и защиты определяется национальным законодательством и международными соглашениями.

Товарный знак может присваиваться не только отдельному товару, но и группе их. В этом случае он представляет не только товар, но и фирму. Товарный знак, являющийся собственностью фирмы, может сопровождаться знаком ©. Товарный знак, зарегистрированный в Международном реестре, сопровождается знаком ®.

Информация о товаре посредством товарного знака может быть передана путем указания: источника происхождения (имени, предприятия, отрасли промышленности, географического положения, страны происхождения, дополнительных источников); функции изделия; состава изделия; физических свойств изделия (формы, цвета, вкуса, эластичности и др.); психологических и экономических свойств изделия.

5.4. ЗНАКИ СООТВЕТСТВИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА

Знаки соответствия становятся определяющим фактором конкурентоспособности товаров. Различают национальные и транснациональные знаки соответствия.

Национальный знак соответствия – знак, подтверждающий соответствие товара требованиям, установленным национальными стандартами или другими нормативными документами. Знак соответствия используется только для сертификации продукции.

Транснациональные знаки соответствия – знаки, подтверждающие соответствие требованиям, установленным региональными стандартами. Так, в странах Европейского экономического сообщества и входящих в Европейскую ассоциацию свободной торговли приняты знаки соответствия «СЕН» (учрежден Европейским комитетом по стандартизации) и «CENELEC» (учрежден Европейской электротехнической комиссией), подтверждающие соответствие требованиям европейских стандартов (EN) или документов (CEN) по гармонизации стандартов.

В странах европейского сообщества в качестве единого знака соответствия применяется знак «СЕ», подтверждающий соответствие продукции предписаниям европейских директив и документов, содержащих технические характеристики материалов, оборудования или технических процессов. Маркировка знаком «СЕ» свидетельствует о высоком качестве продукции и требовательности компаний-производителей к свойствам безопасности и экологичности своей продукции.

Эксплуатационные знаки – знаки информации о способах ухода и правилах эксплуатации товаров.

Предупредительные знаки – предназначены для информации о возможной опасности при эксплуатации товаров и действиях по предупреждению опасности.

Наиболее распространенными являются системы маркировки опасных веществ и материалов, разработанные органами ООН и Международной организацией труда. Предупредительные знаки состоят из литеры R (для знаков, предупреждающих об опасности) или S (для знаков, предупреждающих о действиях для избежания опасности), двузначного номера – кода (указатель конкретного вида опасности) и символического изображения опасности, которое сопровождается надписью, характеризующей вид опасности.

Экологические знаки предназначены для информации об экологической чистоте товара или экологически безопасных способах его использования, эксплуатации, либо утилизации.

Эксплуатационно-сопроводительная информация как составная часть товароведной информации содержит в основном сведения о сложной бытовой технике новых видов и включает руководство по эксплуатации (документ, необходимый для правильной эксплуатации изделия), паспорт (документ, удостоверяющий гарантированные предприятием-изготовителем параметры и характеристики изделий) и этикетку (документ, в котором излагаются основные показатели и сведения, необходимые для эксплуатации изделий, которые сложно маркировать на изделии или его индивидуальной упаковке). Этикетка может выступать в качестве товарного знака изделия.

Рекламно-справочная информация выполняет функции ознакомления возможных покупателей с видами товаров, их свойствами и ценой. По способу распространения (передачи и восприятия) рекламно-справочную информацию подразделяют на визуальную (печатные издания, товарные альбомы, телепередачи, кинофильмы и т.д.), звуковую (радиопередачи, семинары, конференции), вкусовую, тактильную (с помощью ощущений).

Контрольные вопросы

1. Определите основную функцию информации.
2. На какие виды с точки зрения товароведения как научной дисциплины классифицируется информация?
3. Какие требования предъявляются к маркировочно-справочной товароведной информации?
4. Определите места нанесения маркировки.
5. Выявите различия между типами обозначения знаков: фирменное имя, фирменный знак, торговый образ, товарный знак.
6. Назовите пути указания информации о товаре.
7. Какие сведения содержит эксплуатационно-сопроводительная информация?
8. Определите функции рекламно-справочной информации.

Литература

1. Николаева М.А., Лычников Д.С., Неверов А.Н. Идентификация и фальсификация пищевых продуктов. – М.: Экономика, 1996. – С. 20–22.
2. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 77–81.

Тема 6. ЭКСПЕРТИЗА: ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ. ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ

- 6.1. Экспертиза товаров.
- 6.2. Идентификация и оценка соответствия товаров.
- 6.3. Виды, способы фальсификации и методы ее обнаружения.

6.1. ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

Экспертиза – это исследование специалистом-экспертом каких-либо вопросов, решение которых требует специальных знаний в области науки, технологии или экономики.

В зависимости от области профессиональной деятельности различают следующие важнейшие группы экспертизы: торговая, товароведная, технологическая, судебная, юридическая и др.

Товарная экспертиза – оценка экспертом основополагающих характеристик товара, а также их изменений в процессе товародвижения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений, которые служат конечным результатом. При проведении экспертизы могут оцениваться все основополагающие характеристики товара: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная или только их части.

Экспертная оценка – совокупность операций по выбору комплекса или единичных характеристик товара или других объектов, определению их действительных значений и подтверждению экспертами соответствия их установленным требованиям и/или товарной информации. При экспертной оценке требования к характеристикам товара или иных объектов могут устанавливаться не только нормативными документами, но и экспертами.

Экспертной оценке могут подвергаться единичные экземпляры, упакованные единицы товаров, а также товарные партии. Наиболее часто проводится товарная экспертиза именно товарных партий, которые определяются как совокупность единичных экземпляров или упакованных единиц, объединенных общностью признаков: временем выработки, общностью сырья, производства, едиными транспортными средствами.

Товароведная экспертиза – оценка потребительских свойств товаров по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям, а также показателей их количественных характеристик, осуществляемая экспертами путем проведения испытаний (измерений) или опроса и/или на основании информации на маркировке и/или товарно-сопроводительных документах.

Санитарно-гигиеническая экспертиза – оценка свойств товаров, осуществляемая экспертами для подтверждения их санитарно-гигиенической безопасности.

Ветеринарная экспертиза – оценка ветеринарной безопасности, осуществляемая экспертами для подтверждения соответствия товаров установленным требованиям.

Экологическая экспертиза – оценка экологических свойств товаров, проводимая экспертами для установления влияния этих свойств на окружающую среду.

Товароведная экспертиза – один из важнейших и обязательных видов товарной экспертизы. Другие виды экспертизы дополняют ее и не всегда являются обязательными. Так, ветеринарная экспертиза обязательна только для пищевых продуктов животного происхождения, кож и мехового сырья. Обязательность товарной экспертизы обусловлена тем, что в ее основе лежит оценка органолептических свойств и основных показателей качества, а это приближает товарную экспертизу к оценке товара потребителем. Товароведная экспертиза включает оценку всех основополагающих характеристик товара: ассортиментную, качественную, количественную и стоимостную.

Количественная экспертиза, в отличие от приемки товаров по качеству, проводится независимыми экспертами, что обеспечивает ее большую достоверность. Результаты экспертизы должны приниматься как окончательные и поставщиком, и покупателем. Эксперты при проведении этой экспертизы должны руководствоваться Гражданским кодексом РФ (ст. 465, 466, 483, 521).

Для определения различных количественных показателей товаров применяют методы измерений, которые могут быть прямыми и косвенными. К прямым методам относятся перевешивание, обмеривание по длине, объему, измерение плотности и других показателей, учитываемых при приемке товаров по количеству. При этом используют различные средства измерений. Косвенные методы применяют в тех случаях, когда прямые методы не могут быть использованы. Косвенные методы измерения – это методы определения показателей количественной характеристики товаров опосредованно, в основном расчетным путем.

При проведении количественной экспертизы эксперт должен соблюдать ряд правил:

1. Необходимо предварительно ознакомиться с товарно-сопроводительными документами.
2. Количественные показатели товаров устанавливаются с помощью средств измерения или пересчета; измерение может быть сплошным или выборочным.
3. Для партии товаров упакованного товара необходимо отметить, производилось ли вскрытие тары или перетаривание.
4. Обнаруженный в товарной партии товар с нарушенной упаковкой следует отделить от основной партии; оценка его количества и качества проводится отдельно.

Результаты количественной экспертизы могут быть обжалованы одной из заинтересованных сторон. В этом случае назначается контрольная экспертиза, которая может подтвердить или опровергнуть результаты первичной экспертизы. В случае опровержения результатов первичной экспертизы новые результаты должны быть аргументированы.

Качественная экспертиза – это оценка качественных характеристик товара экспертами для установления соответствия их требованиям нормативных документов. Проводят эту экспертизу с целью определения качества товара в товарной партии при сдаче-приемке, или после длительного хранения, или при обнаружении скрытых технологических дефектов в процессе хранения, когда обычные сроки предъявления претензий поставщику истекли. Кроме того, экспертиза по качеству применяется при оценке образцов новых товаров перед постановкой их на серийное производство. Для пищевых продуктов качественная экспертиза только по органолептическим показателям называется *дегустацией*.

В зависимости от назначения качественная экспертиза бывает: приемочная, по комплектности, новых видов товаров, дегустация пищевых продуктов, по договорам.

Ассортиментной экспертизой называется оценка экспертом количественных и качественных характеристик товара для установления его ассортиментной принадлежности. Этот вид товароведной экспертизы как самостоятельный применяют только при возникновении разногласий между поставщиком и покупателем, продавцом и потребителем по вопросам ассортиментной принадлежности товара к определенной группе, наименованию, товарной марке или при установлении соответствия ассортимента товаров в партии ранее представленным образцам, каталогам или договорам купли-продажи.

Документальной экспертизой называется оценка экспертом товароведных характеристик товаров, основанная на информации товарно-сопроводительных, технологических или иных документов. При проведении документальной экспертизы отсутствующего товара эксперт анализирует имеющиеся документы: накладные, сертификаты, качественные удостоверения, акты списания, технические документы по контролю за температурно-влажностным режимом, докладные работников торговых организаций. Самостоятельно этот вид экспертизы проводится в случае отсутствия товара вследствие его реализации, хищения, порчи, гибели из-за непредвиденных обстоятельств. Сложность документальной экспертизы заключается в том, что при отсутствии товара

эксперту приходится полагаться на представленные документы, которые могут быть фальсифицированы. Результаты экспертизы в таком случае зависят от компетентности эксперта.

Комплексной экспертизой называется оценка экспертом всех характеристик товара на основе их испытаний и анализа документов. Она может включать не только товароведные, но и стоимостные характеристики. Этот вид экспертизы применяют в тех случаях, когда необходимо всесторонне оценить товар с учетом позиций продавца, потребителя, а также сложившейся рыночной конъюнктуры. Комплексную экспертизу широко применяют в практике комиссионной торговли, при экспортно-импортных операциях внешнеторговой деятельности. Комплексная экспертиза включает другие виды экспертизы (количественную, качественную, ассортиментную и документальную), и поэтому все средства и методы, используемые для их проведения, применяются и для этой экспертизы.

К составляющим экспертизы относят: субъект, объект, критерии, методы, процедура и результат.

Субъект экспертизы – это эксперт или группа экспертов. Эксперт – специалист в области науки, техники, приглашаемый для исследования вопросов, решение которых требует специальных знаний. Эксперты товарной экспертизы должны быть специалистами по исследуемым группам товаров. Группа экспертов – группа квалифицированных специалистов, выполняющих исследование.

Для проведения товарной экспертизы экспертная группа может быть создана с целью выполнения отдельных операций оценки качества товаров или выполнения всех оценочных операций, завершающихся получением комплексной оценки качества товаров.

Объектом экспертизы являются потребительские свойства товаров, проявляющиеся при взаимодействии товара с потребителем в процессе эксплуатации (потребления). В зависимости от вида товара, целей и глубины исследования некоторые свойства могут быть выделены в самостоятельные группы (например, безопасность, безвредность).

Критерии, используемые в экспертной оценке, могут быть общими и конкретными. Общие критерии – это сложившиеся в обществе ценностные представления, ориентации и нормы. Конкретные критерии – реальные требования к качеству товаров данного вида. Эти требования определены нормативно-технической документацией.

В товарной экспертизе используются разнообразные **методы**: физико-технические, химические, биологические, математические и др., исследования проводятся с применением сложных современных приборов и технических средств.

Процедура проведения экспертизы – это последовательность определенных операций, выполняемых экспертами.

Результатом экспертизы является оформление в письменном виде заключения, в котором приводится оценка потребительских свойств товара.

6.2. ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ ТОВАРОВ

Оценка соответствия предполагает сопоставление фактически достигнутого уровня качества установленным требованиям. Различают несколько видов деятельности по оценке соответствия качества товаров: оценка качества, контроль качества и сертификация соответствия.

Оценка качества – совокупность операций по выбору номенклатуры показателей качества, определению их фактического значения и сопоставлению с базовыми. Для оценки качества могут быть выбраны любые показатели, в том числе и не предусмотренные нормативными документами, например, характеристики, составленные на основе житейского опыта потребителя или информации о нем других потребителей или рекламы. Оценку качества могут осуществлять любые субъекты рыночных отношений: изготовители, продавцы, потребители.

Конечный результат оценки может быть оформлен в виде технического документа (качественного удостоверения, спецификации, акта экспертизы, заключения и т.п.), а может не иметь документального оформления, но являться основанием для покупки товара продавцом или потребителем.

Контроль качества – проверка соответствия установленным нормативными документами требованиям. Контроль качества проводится представителями компетентных контрольных органов (государственного, ведомственного или внутрифирменного контроля). К ним относятся государственные инспекторы Госторгинспекции, Госстандарта, санитарные врачи Госкомсанэпиднадзора, контролеры ведомств и отделов контроля на предприятиях, сотрудники

испытательных лабораторий предприятий промышленности, торговли, общественного питания, а также потребители.

Конечным результатом контроля качества может быть акт проверки, составляемый одним контролером или контрольной комиссией.

Сертификация – действия третьей стороны, создающие уверенность в том, что надлежащим образом идентифицированная продукция соответствует установленным требованиям. При сертификации все показатели подразделяются на три группы: первая – показатели для целей идентификации; вторая – для подтверждения показателей безопасности других обязательных требований для целей обязательной сертификации; третья – по любым показателям, не относящимся к обязательным требованиям, для целей добровольной сертификации. Конечным результатом сертификационных испытаний является сертификат соответствия (или качества).

Идентификации присущи разнообразные функции:

1. Указующая – отождествляющая представленный образец товара с конкретными наименованием, сортом, маркой, типом, а также товарной партией.

2. Информационная – доводящая до субъектов рыночных отношений необходимую информацию.

3. Подтверждающая соответствие ассортиментной принадлежности товара информации, указанной на маркировке и/или в товарно-сопроводительных документах, т.е. подлинность товара.

4. Управляющая – поскольку идентификация служит одним из элементов системы качества продукции. Управляющая функция идентификации регламентируется международными стандартами (МС) ИСО серии 9000 «Управление качеством продукции». Эти стандарты введены в России без существенных изменений (ГОСТ 40.9000-9004).

Объектами идентификации являются продукция, услуги, ценные бумаги (деньги, акции, вексели), информация, рабочая сила и другие объекты коммерческой деятельности.

Субъектами, осуществляющими идентификацию товаров, являются все участники рыночных отношений: изготовитель – на стадии приемки сырья, полуфабрикатов, комплектующих изделий и при отпуске готовой продукции; продавец – на стадиях заключения договоров купли-продажи, приемки товаров и подготовки их к продаже. Потребитель также проводит идентификацию приобретаемого товара, делая это чаще всего неосознанно и не имея достаточной квалификации, ориентируясь лишь на собственный житейский опыт и знания.

В зависимости от назначения различают следующие виды идентификации: ассортиментная (видовая), качественная (квалиметрическая) и товарно-партионная (товарной партии).

Ассортиментная (видовая) идентификация – это установление соответствия наименования товара по ассортиментной принадлежности, обуславливающей предъявляемые к нему требования. Этот вид идентификации применяется для подтверждения соответствия товара его наименованию при всех видах оценочной деятельности, но особое значение он имеет при сертификации товаров. Видовая идентификация одновременно служит методом выявления несоответствия, что определяется как фальсификация товаров.

Качественная (квалиметрическая) идентификация – установление соответствия требованиям качества, предусмотренным нормативной документацией. Этот вид идентификации позволяет выявить наличие допустимых и недопустимых дефектов, а также соответствие товарному сорту, указанному на маркировке и/или в сопроводительных документах.

При этой идентификации устанавливаются градации качества: стандартная, нестандартная, условно пригодная на пищевые цели, отход или непригодная на пищевые цели продукция. Если стандартная продукция подразделяется на товарные сорта, то устанавливается соответствие товарному сорту, указанному на маркировке или в сопроводительных документах. При обнаружении несоответствия сорту отрицательный результат идентификации констатируется как особый вид фальсификации – пересортица.

Товарно-партионная (товарной партии) идентификация – один из наиболее сложных видов деятельности, в ходе которой устанавливается принадлежность представленной части товара (объединенной пробы, среднего образца, единичных экземпляров) конкретной товарной партии. Сложность заключается в том, что в большинстве случаев отсутствуют или не очень надежны критерии для идентификации. Очень трудно установить принадлежность товара определенного наименования, например, пшеничного хлеба из муки высшего сорта, произведенного одним хлебозаводом, но разными сменами и/или из муки от разных поставщиков.

К *средствам идентификации* товаров относятся нормативные документы (стандарты, ТУ, правила), регламентирующие показатели качества, которые могут быть использованы для целей

идентификации, а также технические документы, в том числе товарно-сопроводительные (накладные, сертификаты, качественные удостоверения, руководства по эксплуатации, паспорта и др.). Важнейшим средством идентификации пищевых продуктов является маркировка, которая содержит информацию, пригодную для целей идентификации.

Назначением указанных средств является регламентация критериев идентификации. В большей мере этому требованию должны отвечать нормативные документы.

Критерии идентификации – это характеристики товаров, позволяющие отождествлять наименование представленного товара с наименованием, указанным на маркировке и/или в нормативных, товарно-сопроводительных документах, а также с требованиями, установленными нормативными документами.

В стандартах, ТУ, Правилах Системы сертификации пищевых продуктов и продовольственного сырья предусматриваются три группы показателей:

- органолептические;
- физико-химические;
- микробиологические.

Для целей идентификации пригодны лишь органолептические и физико-химические показатели, характеризующие собственно потребительские свойства самого товара. Микробиологические показатели относятся к показателям безопасности, зависящим от внешних воздействий и обсеменения микрофлорой. Пищевые продукты служат для микроорганизмов питательной средой, поэтому обсемененность микроорганизмами и наличие вырабатываемых ими микотоксинов не могут быть критериями идентификации.

Непригодны в качестве критериев идентификации и многие физико-химические показатели безопасности, определяемые при сертификационных испытаниях. Они лишь косвенно свидетельствуют о загрязнении сырья, пищевых продуктов и несвойственны экологически чистым продуктам (или содержание их ничтожно). Это относится к таким показателям безопасности, как токсичные микроэлементы, микотоксины, радионуклеиды, антибиотики, гормональные препараты, нитраты и др.

Наиболее пригодны для целей идентификации органолептические и отдельные физико-химические показатели.

Органолептические показатели – характеристики основополагающих потребительских свойств, определяемые с помощью органов чувств человека.

К общим органолептическим показателям относятся: внешний вид, вкус и запах, консистенция. Внешний вид – комплексный показатель, включающий ряд единичных: форму, окраску, состояние поверхности. Для некоторых пищевых продуктов окраску (цвет) выделяют как самостоятельный единичный показатель. Остальные общие органолептические показатели являются единичными.

Органолептические показатели – наиболее доступные, простые, но недостаточно достоверные. Поэтому они не могут быть единственными критериями идентификации и должны быть дополнены физико-химическими показателями, которые отличаются большей степенью достоверности и объективности. В отличие от органолептических, физико-химические показатели должны применяться для идентификации выборочно.

Физико-химические показатели – характеристики физических и химических свойств пищевых продуктов, определяемые физическими и химическими измерительными методами испытаний.

Эти показатели специфичны и характерны только для определенных групп однородных пищевых продуктов, а иногда даже и для отдельных видов. Перечень общих физико-химических показателей весьма ограничен (например, массовая доля воды или сухих веществ), и они не всегда пригодны для целей идентификации.

Многие физико-химические показатели не могут служить критериями идентификации. Например, в качестве критериев идентификации бесполезно использовать содержание спирта, сахара, титруемую кислотность вин, так как довести эти показатели до требуемых норм очень легко путем добавления в необходимых количествах этилового спирта, сахара и кислот. При идентификации сливочного масла в качестве критериев не следует применять массовую долю жира, влаги, так как при фальсификации сливочного масла его заменяют чаще всего маргарином или другими аналогами, не отличающимися от сливочного масла по основным предусмотренным в стандартах показателям.

В качестве критериев идентификации должны быть выбраны показатели, которые отвечают следующим требованиям:

- типичность для конкретного вида, наименования или однородной группы продукции;

- объективность и сопоставимость;
- проверяемость;
- трудность фальсификации.

Среди перечисленных требований наибольшую значимость имеет типичность, которая может характеризоваться комплексными или, что реже, единичными показателями, дополняющими друг друга и отличающимися разной степенью достоверности. Так, для натурального кофе наиболее типичным критерием идентификации служит содержание кофеина. Однако при частичной небольшой замене натурального кофе зерновыми заменителями или цикорием не всегда возможно идентифицировать натуральность кофе по кофеину. В этом случае критерий содержания кофеина должен быть дополнен органолептическими методами, а также определением микроструктуры тканей. Добавка зерновых заменителей приведет к появлению крахмальных зерен, что несвойственно кофе.

Методы идентификации. Для целей идентификации могут применяться две группы методов: органолептические и измерительные.

Органолептические методы – это методы определения значений показателей качества с помощью органов чувств человека. В зависимости от используемых органов чувств и определяемых показателей различают следующие подгруппы органолептических методов:

- 1) визуальный метод – для определения с помощью органов зрения внешнего вида и цвета, внутреннего строения и других показателей продукции;
- 2) вкусовой метод – для определения вкуса продукции с помощью вкусовых точек на языке и небе;
- 3) обонятельный метод – для определения с помощью обоняния запаха (аромата, букета) продукции;
- 4) осязательный метод – для определения с помощью осязания консистенции продукции.

Измерительные методы – это методы определения значений показателей качества с помощью технических средств измерения.

В зависимости от используемых средств измерения эти методы подразделяют на следующие подгруппы:

- 1) физические методы – для определения физических и химических показателей качества с помощью средств измерения (мер, физических приборов, измерительных установок и др.);
- 2) химические методы – для определения химических показателей с помощью стандартных веществ, образцов, измерительных приборов и установок.

Физические и химические методы имеют разновидности: микроскопия, фотометрия, фотоэлектроколориметрия, хроматография, спектрофотометрия, ионометрия, флюоресценция и др. Достоинства одного метода устраняют или смягчают недостатки другого, что предопределяет комплексное использование обеих групп методов. Взаимно дополняя друг друга, эти методы повышают достоверность результатов идентификации.

6.3. ВИДЫ, СПОСОБЫ ФАЛЬСИФИКАЦИИ И МЕТОДЫ ЕЕ ОБНАРУЖЕНИЯ

Фальсификация (от лат. *falsifico* – подделываю) – действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью.

В широком смысле фальсификация может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение потребительских свойств товара или уменьшение его количества при сохранении наиболее характерных, но несущественных для его использования по назначению свойств. Фальсификация пищевых продуктов чаще всего производится путем придания им отдельных наиболее типичных признаков, например, внешнего вида, при общем ухудшении или утрате остальных наиболее значимых свойств пищевой ценности, в том числе и безопасности.

Понятие «фальсифицированные товары» иногда путают с понятиями «товары-заменители» (суррогаты, имитаторы) и «дефектные товары». Это не случайно, так как заменители и дефектные товары широко используются для целей фальсификации, при этом получателю и/или потребителю умышленно не предоставляется необходимая информация.

При фальсификации обычно подвергается подделке одна или несколько характеристик товара, что позволяет выделить несколько видов фальсификации:

- ассортиментная (видовая);
- качественная;
- количественная;

- стоимостная;
- информационная.

При *ассортиментной фальсификации* подделка осуществляется путем полной или частичной замены товара его заменителем другого вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких признаков.

Для заменителей характерны определенные особенности: значительная дешевизна по сравнению с натуральным товаром, пониженные потребительские свойства, идентичность (сходство) наиболее характерных признаков (внешнего вида, цвета, вкуса и запаха, консистенции).

В зависимости от средств фальсификации, схожести свойств заменителя и фальсифицируемого продукта различают следующие способы фальсификации:

- частичная замена продукта водой;
- добавление в продукт низкоценного заменителя, имитирующего натуральный продукт;
- замена натурального продукта имитатором.

Все заменители, применяемые при ассортиментной фальсификации, подразделяют на две группы: пищевые и непищевые.

Пищевые заменители – более дешевые продукты питания, отличающиеся пониженной пищевой ценностью и сходством с натуральным продуктом по одному или нескольким признакам.

В качестве средств ассортиментной фальсификации наиболее часто используют следующие пищевые заменители:

- воду – для жидких продуктов;
- другие имитаторы натурального продукта, схожие по определенным, наиболее характерным признакам.

Качественная фальсификация – подделка товаров с помощью пищевых или непищевых добавок для улучшения органолептических свойств при сохранении или утрате других потребительских свойств или замена товара высшей градации качества низшей.

Средствами этого вида фальсификации служат добавки и товары того же наименования, что и товар, указанный на маркировке, в сопроводительных документах, но низшей градации.

Способы качественной фальсификации:

- 1) использование добавок, имитирующих улучшение качества;
- 2) пересортица.

Добавки – это вещества или сырье, добавляемые к пищевым продуктам для улучшения их потребительских свойств.

Пищевые добавки широко используются в пищевой промышленности и предусмотрены рецептурой изготавливаемых продуктов питания. На маркировке многих отечественных и импортных товаров, особенно западноевропейских, указываются разрешенные пищевые добавки, которые маркируются знаком «Е» с порядковым номером пищевой добавки (например, Е 300 – лимонная кислота).

Использование таких пищевых добавок нельзя относить к фальсификации. Качественной фальсификацией считается применение разрешенных и неразрешенных добавок, не предусмотренных рецептурой, с целью введения в заблуждение потребителя относительно истинных потребительских свойств товара.

К качественной фальсификации относится подкрашивание или ароматизация пищевых продуктов, не предусмотренные рецептурой и технологией производства и предназначенные для придания продукту свойств, позволяющих имитировать их повышенную пищевую ценность. Конечная цель фальсификаторов – создание потребительских предпочтений на товары пониженного качества путем придания видимости повышенных потребительских свойств.

Таким образом, в зависимости от степени вреда, наносимого фальсифицированным продуктом, различают две разновидности качественной фальсификации:

- безопасная для жизни и здоровья потребителя;
- опасная.

К качественной фальсификации следует отнести и пересортицу товаров. Это одна из наиболее широко распространенных разновидностей качественной фальсификации.

Пересортица – действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путем замены товаров высших сортов низшими. Пересортица может быть вызвана объективными и субъективными причинами. К фальсификации относится лишь пересортица, обусловленная субъективными причинами, что характерно для сырьевых и технологических принципов деления товаров на сорта.

Количественная фальсификация – это обман потребителя за счет значительных отклонений параметров товара (массы, объема, длины и т.п.), превышающих предельно допустимые нормы отклонений.

В практике этот вид фальсификации называют недовесом или обмером. Способы и средства этой фальсификации основаны на неточных измерениях с грубыми погрешностями всегда в сторону уменьшения размеров измеряемого объекта.

Количественная фальсификация – один из наиболее древних способов обмана покупателя. Для количественной фальсификации чаще всего используют фальшивые средства измерений (гири, метры, измерительную посуду) или неточные измерительные технические устройства (весы, приборы и т.п.).

Неточные или фальшивые средства измерений – наиболее распространенный способ количественной фальсификации. При этом используются фальшивые меры (гири, метры, измерительная посуда и др.) и приборы (весы и т.п.) без поверочных клейм и свидетельств, наносимых и выдаваемых органами государственных метрологических служб.

Отсутствие поверочных клейм служит признаком фальсификации средства измерения и легко проверяется. Причиной неточностей, грубых погрешностей могут быть неисправные приборы и фасовочное оборудование, которыми пользуются изготовители или продавцы.

В практике работы торговых организаций наиболее часто встречаются следующие нарушения работы с измерительными приборами:

1) неправильная установка весов (с наклоном горизонтального положения на неровной поверхности или с подкладыванием под ножки посторонних предметов под углом зрения к покупателю);

2) проверка и настройка весов на нулевой отметке или по предельным диапазонам показаний;

3) применение измерительных приборов с определенным диапазоном и точностью измерений в случаях, когда измеряемый объект имеет параметры, находящиеся вне установленного диапазона (например, взвешивание не наполненных почтовых весов товара массой менее 100 г, требующее точности большей, чем отклонение 50 г);

4) недостаточное освещение шкалы показаний измерительного прибора;

5) неправильное расположение товара на измерительном приборе или по отношению к мере (например, точность взвешивания на циферблатных весах зависит от расположения груза на грузоподъемной площадке, точность измерений тканей – от их расположения на жестком стандартном метре – накладыванием или набрасыванием);

6) установка измерительных приборов таким образом, что при снятии измерений шкала показаний находится сбоку, или сверху, или снизу.

Стоимостная фальсификация – обман потребителя путем реализации низкокачественных товаров по ценам высококачественных или товаров меньших размерных характеристик по цене товаров больших размеров.

Этот вид фальсификации – самый распространенный, так как совмещается со всеми другими видами фальсификации. Более того, именно стоимостная фальсификация является главной целью обмана потребителей, так как позволяет получить незаконную прибыль путем незаконного повышения цен. В условиях рыночной экономики, одной из характерных черт которой являются нерегулируемые цены, стоимостная фальсификация применяется либо для фальсифицирования низкокачественных или даже опасных товаров, либо в целях ценовой конкуренции, в частности для создания потребительских предпочтений с помощью пониженных цен.

Существует несколько разновидностей стоимостной фальсификации:

1) реализация фальсифицированных товаров по ценам, аналогичным или лидирующим для натурального продукта;

2) реализация фальсифицированных товаров по пониженным ценам по сравнению с натуральным аналогом;

3) реализация фальсифицированных товаров по ценам, превышающим цены на натуральные аналоги.

Стоимостная фальсификация классифицируется как обман потребителей путем незаконного повышения цен и наказывается в соответствии с Уголовным кодексом РФ.

Информационная фальсификация – обман потребителя с помощью неточной или искаженной информации о товаре.

Этот вид фальсификации осуществляется путем искажения информации в товарно-сопроводительных документах, маркировке и рекламе. Любой вид фальсификации, рассмотренный

ранее, в большинстве случаев дополняется фальсификацией информации о товаре. В противном случае фальсификация легко выявляется.

Искаженная или неточная информация о товаре служит основанием считать заменитель натурального продукта фальсифицированным товаром. Так, к фальсифицированному продукту относится маргарин, на маркировке которого и в товарно-сопроводительных документах указывается наименование «сливочное масло». Правильное указание на маркировке наименования продукта – «маргарин» – снимает обвинения в фальсификации.

В последнее время очень распространенным видом фальсификации документов стала подделка сертификатов. Существует несколько способов подделки сертификатов:

1) подделка сертификата с использованием подлинного бланка установленной формы и внесением всех реквизитов фальсифицированного или не прошедшего сертификационные испытания товара, при этом используются фальшивые печати органов по сертификации;

2) подделка подлинной копии сертификата с подлинными печатями путем уничтожения некоторых записей (наименования фирмы-изготовителя или посредника, срока действия, даты выдачи и др.) и внесения новых реквизитов, характеризующих фальсифицированный товар;

3) отбор образцов для проведения сертификации из других партий с аналогичными наименованиями товара и изготовителя, под которые подделывается фальсификат, при этом фальсификаторы получают подлинные сертификаты;

4) выдача подлинных сертификатов органом по сертификации, который перед проведением испытаний для подтверждения безопасности не провел идентификацию товара на подлинность и принадлежность к конкретной товарной партии.

Причины распространения фальсификации сертификатов кроются в несовершенстве механизма сертификации и формы сертификата, так как на современном этапе развития сертификации практически применяются две ее формы:

1) по заявлениям-декларациям, когда возможна подделка результатов испытаний изготовителем;

2) по Правилам Системы сертификации ГОСТ Р по первой схеме, когда образцы от товарных партий отбирает заявитель (изготовитель или продавец), а не третья сторона (орган по сертификации, испытательная лаборатория). В последнем случае возможна фальсификация образцов.

Широкие возможности для фальсификации открывает и несовершенство сертификата Системы ГОСТ Р установленной формы. В ней не предусмотрено указание номера товарной партии или других идентифицирующих ее признаков. Не всегда указывается изготовитель, протоколы испытаний (номер, дата выдачи), коды ОКП и ТН ВЭД.

Одна из причин широкого распространения фальсификации – высокие цены на сертификационные услуги, причем порядок определения этих цен отдан на откуп органам по сертификации. Иногда цена услуги определяется как определенный процент от стоимости партии. По нашему мнению, это неверно, так как затраты на проведение испытаний мало зависят от размера партии. Конечная проба для проведения испытания для каждого показателя определяется методикой, а не размером партии. Дополнительные затраты на отбор образцов из крупной товарной партии могут быть включены в стоимость сертификационных услуг, если отбор образцов производится третьей стороной.

Контрольные вопросы

1. Какие субъекты рыночных отношений могут осуществлять оценку качества товаров?
2. Определите функции идентификации товаров.
3. Назовите составные части структуры идентификации.
4. Какие группы показателей предусмотрены стандартами, ТУ, Правилами Системы сертификации пищевых продуктов и продовольственного сырья?
5. Приведите примеры применения органолептических и измерительных методов идентификации.
6. В чем отличие понятий «фальсифицированные товары» и «дефектные товары»?
7. Определите основные виды фальсификации товаров.
8. Приведите примеры информационной фальсификации.

Литература

1. Николаева М.А., Лычников Д.С., Неверов А.Н. Идентификация и фальсификация пищевых продуктов. – М.: Экономика, 1996. – С. 5–42.
2. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 8–91.

Тема 7. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА ЗЕРНОМУЧНЫХ ТОВАРОВ

- 7.1. Крупа: производство, хранение и экспертиза качества.
- 7.2. Производство и ассортимент муки.
- 7.3. Хлеб и хлебобулочные изделия.
- 7.4. Макароны изделия.

7.1. КРУПА: ПРОИЗВОДСТВО, ХРАНЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА

Основная задача переработки зерна в крупу – максимальное удаление внешних покровов зерна, которые не усваиваются организмом человека. Из зерна без оболочек легче и быстрее приготовить пищу.

Качество крупы определяется как природными особенностями зерна, так и технологией его переработки.

Процесс производства крупы можно разделить на два этапа: подготовка зерна к переработке и непосредственно получение крупы.

При подготовке к переработке зерно очищают от органических и минеральных примесей, семян сорных растений, дефектных и мелких семян основной культуры.

Второй этап производства крупы заключается в шелушении, шлифовании и сортировании полученных продуктов.

Шелушение – удаление грубых цветковых пленок (для пленчатых) или плодовых оболочек (для голозерных). В результате уменьшается количество неусваиваемых веществ клетчатки и пентозаноп. При производстве крупы из ячменя, пшеницы и кукурузы дополнительно проводят дробление ядра.

Шлифование – это удаление с поверхности целого ядра плодовых, а также частично семенных оболочек и зародыша. При выработке дробленой крупы из пшеницы, ячменя и кукурузы шлифование проводят для придания крупинкам шаровидной или овальной формы. При этом удаляется часть эндосперма. Шлифование осуществляется трением ядер о поверхность рабочих органов машин и между собой. В результате изменяется химический состав, повышается усвояемость, улучшаются вкусовые и кулинарные свойства (скорость разваривания и увеличение объема при варке крупы). В крупе уменьшается содержание клетчатки, жира, белка, а количество крахмала увеличивается.

После шлифования крупу просеивают для отделения битых ядер, мучки от целого ядра.

Выход разных видов крупы определяется природными особенностями, качеством сырья и технологией переработки. Наибольший выход у гороха шлифованного – 73%, наименьший – у перловой и кукурузной шлифованной крупы – 40%. Выход остальных круп составляет 63–66%.

Ассортимент и пищевая ценность крупы. Крупы подразделяют на сорта (пшено, рисовая, гречневая, овсяная), номера (перловая, ячневая, пшеничная, кукурузная, овсяные хлопья «Экстра») и марки (манная).

Пшено. Пшено шлифованное вырабатывают из проса, у которого удалены цветковые пленки, плодовые и семенные оболочки, частично или полностью зародыш. Крупа имеет шаровидную форму, небольшое углубление на месте зародыша. Поверхность крупинок матовая, шероховатая, с темной точкой на месте соединения цветковых пленок с ядром. Окраска пшена – от светло-желтой до ярко-желтой, консистенция – от мучнистой до стекловидной в зависимости от исходного сырья. Наилучшими потребительскими свойствами характеризуется пшено ярко-желтой окраски, с крупным ядром и стекловидной консистенцией. В крупе довольно много крахмала (около 75%), состоящего из мелких зерен. Крахмал в обычных условиях мало гидрофилен, но при нагревании с водой сильно набухает. В результате объем крупы при варке увеличивается.

Пшено шлифованное по качеству делят на четыре сорта: высший, 1-й, 2-й и 3-й.

Пшено разваривается за 25–30 минут, увеличиваясь при этом в объеме в 4–6 раз.

Рисовая крупа. Из риса вырабатывают обыкновенную и быстроразваривающуюся рисовую крупу шлифованную и дробленую. Чистый рис, рис «Здоровье» (бурый) с повышенным содержанием витаминов и минеральных элементов, золотистый рис, ароматизированный рис и др.

Рисовая крупа отличается высоким содержанием крахмала (до 85% сухого вещества). Крахмальные гранулы мелкие, легко усваиваются, поэтому рис – диетический продукт. В рисовой крупе мало сахаров, клетчатки и витаминов. По количеству белков она уступает всем другим крупам – не более 8%, но аминокислотный состав достаточно полноценен. Лимитирующая аминокислота – лизин. Рисовая крупа хорошо хранится, так как содержит мало липидов (0,7%). Липиды риса на 76% состоят из ненасыщенных жирных кислот, в том числе линолевой (до 45%).

Крупы из риса обладают высокими потребительскими свойствами. Время варки – 20–40 минут (быстроразваривающейся крупы – 10 минут), увеличение в объеме – в 4–6 раз.

Гречневая крупа. Из гречихи вырабатывают две разновидности крупы: *ядрицу* (целая) и *продел* (колотая). Крупа из непроторенного зерна имеет кремовую с желтоватым или зеленоватым оттенками окраску и мучнистую консистенцию. Под влиянием ГТО происходит клейстеризация крахмала, образуются декстрины, свертывается белок, разрушается хлорофилл. Благодаря такой обработке крупа приобретает коричневую окраску, лучше разваривается. Ее называют быстроразваривающейся.

Ядрицу делят на три сорта: 1-й, 2-й, 3-й. Продел на сорта не делят.

Гречневая крупа характеризуется высокой биологической ценностью, так как в белках преобладают альбумины и глобулины, содержащие все незаменимые аминокислоты. Основным компонентом крупы являются углеводы, в частности крахмал (74%). Крахмальные гранулы мелкие, округлые или многогранные. Основной сахар – сахароза. Ядро гречневой крупы не шлифуется, поэтому содержит до 2% клетчатки. Гречневая крупа быстро разваривается (10–20 минут), увеличиваясь при этом в объеме в 4–5 раз. Высокая пищевая и потребительская ценность гречневой крупы обуславливают ее исключительную роль в питании.

Крупы из пшеницы. Из пшеницы вырабатывают манную крупу и пшеничную шлифованную крупу («Полтавскую» и «Артек»).

Манная крупа получается одновременно с сортовой пшеничной хлебопекарной мукой и составляет 1–2% переработанного зерна. Для получения высококачественного продукта манную крупу подвергают двойному обогащению на ситовойках.

Манную крупу в зависимости от вида используемой пшеницы подразделяют на марки: «М» – из мягкой пшеницы, «Т» – из твердой, «МТ» – из мягкой пшеницы с примесью твердой (до 20%).

Крупу пшеничную получают путем шлифования зерна твердой пшеницы. По крупности крупу делят на «Полтавскую» – с 1-го по 4-й номер и «Артек». Крупы № 1 и 2 – зашлифованные частицы удлиненной формы, полученные из зерен пшеницы, освобожденных от зародыша и частично от плодовой и семенной оболочек. Крупы № 3 и 4 – частицы дробленого зерна различной величины, округлой формы. «Артек» – зашлифованные частицы мелкодробленого зерна пшеницы.

При проведении экспертизы качества контролируют размер по крупности путем просеивания на ситах. Содержание доброкачественного ядра должно быть не менее 92%.

Продолжительность варки зависит от номера крупы и составляет 15–60 минут. Каша получается вязкая или рассыпчатая, приятного вкуса; увеличение в объеме – в 4–5 раз.

Горох шлифованный. Это единственный вид крупы, вырабатываемый из семян бобовых. Его получают из зеленого и желтого продовольственного гороха и в зависимости от способа обработки делят на виды: горох целый шлифованный; горох колотый шлифованный. *Горох целый шлифованный* состоит из целого зерна желтого или зеленого цвета, примесь колотого гороха не должна превышать 5%; для колотого гороха примесь целого – не более 5%. По качеству целый и колотый горох шлифованный делятся на 1-й и 2-й сорта в зависимости от содержания сорной примеси, изъеденных нешлифованных семян.

Пищевая ценность гороха очень высока благодаря большому содержанию белков (до 26%), минеральных веществ и витаминов. Белки гороха полноценны по аминокислотному составу (кроме метионина). Суммарное содержание альбуминов и глобулинов составляет 80%. Углеводы представлены в основном крахмалом – 55%, что меньше, чем в других крупах, но содержание сахаров выше.

Горох долго варится (до 60 минут), незначительно увеличиваясь в объеме (в 2 раза), часто образуя вязкую пюреобразную массу. Но для каши горох используют редко, в основном – для приготовления супов и консервов.

Экспертиза качества крупы проводится по органолептическим, физико-химическим показателям и показателям безопасности.

Органолептически определяют цвет, вкус и запах крупы. *Цвет* различных видов крупы неодинаков и зависит от пигментов, находящихся в оболочках зерна, а также технологии производства. Свежая крупа должна иметь типичный для нее цвет. Например, гречневая крупа обыкновенная должна быть кремового цвета с желтоватым или зеленоватым оттенками: быстрорастворимая – коричневого с разными оттенками; рис – белого с различными оттенками. В зависимости от условий и сроков хранения цвет крупы может изменяться. Так, пшено шлифованное должно иметь желтый цвет, но при длительном хранении вследствие окисления пигментом может появиться сероватый оттенок.

Вкус должен быть свойственный данному виду крупы, не допускается кислый, горький и др.

Запах – слабовыраженный, свойственный данному виду крупы, не затхлый, не плесневелый.

Влажность является важным показателем качества. Она колеблется от 12,0 до 15,5% (толокно – не более 10%) в зависимости от вида крупы. При повышенном содержании влаги крупа плохо хранится.

Процентное содержание доброкачественного ядра показывает количество полноценной крупы, что определяет товарный сорт. Стандартами установлено его содержание для каждого вида и сорта крупы. Содержание доброкачественного ядра рассчитывается с учетом содержания примесей. К примесям в крупе относят сорную примесь (минеральную, органическую, вредную), нешелушенные, испорченные ядра, мучель (мучную пыль) и некоторые другие фракции, кроме того, битые (колотые) ядра сверх допустимой нормы.

По *номеру* крупы, который определяется путем просеивания через сита определенного номера, можно судить о крупности и степени выравненности ядер. Этот показатель контролируется для перловой, ячневой, кукурузной и пшеничной крупы.

Зольность характеризует содержание в крупе остатков оболочек зерна и зародыша. Этот показатель предусмотрен стандартами для манной крупы и овсяных хлопьев.

Содержание металломагнитных примесей не должно превышать 3 мг на 1 кг крупы.

Зараженности амбарными вредителями не допускается. При определении зараженности мертвые вредители не учитываются, их относят к загрязненности, которая не допускается в крупе, не требующей подготовки к варке (например, овсяные хлопья, манная крупа), а также в рисовой крупе сортов экстра и высшего.

Потребительские свойства крупы зависят от ее вида и технологической обработки. Этот показатель складывается из продолжительности варки, увеличения в объеме и массе, состояния каши после варки. Продолжительность варки неодинакова и может колебаться от 3–5 минут для быстрорастворимых хлопьев, манной крупы до 60–90 минут для перловой и овсяной крупы.

Показатели безопасности крупы, кроме солей тяжелых металлов, микотоксинов, пестицидов и радионуклидов, включают содержание сорной и вредной примесей, зараженность и загрязненность вредителями, металломагнитную примесь, для хлопьев овсяных – кислотность согласно требованиям стандарта.

И процессе хранения крупы происходят изменения органолептических показателей (ослабевание вкуса и аромата, изменение цвета); прогоркание и прокисание крупы, а также снижение пищевой ценности.

Хранение крупы. Хранят крупу в сухих, хорошо вентилируемых, не зараженных вредителями хлебных запасов складах, соблюдая санитарные правила. При хранении необходимо поддерживать температуру не выше 18°C (оптимальная температура – от –5 до 5°C) и относительную влажность воздуха 60–70%, без резких колебаний. Не допускается хранение крупы вместе с остропахнущими продуктами. Продолжительность хранения (в мес.): хлопья овсяные и толокно – 4; пшено шлифованное – 9 (для южных районов – 6); крупа манная, кукурузная, овсяная – 10; крупа ячневая – 15; крупа пшеничная («Артек», «Полтавская» № 3 и 4) – 14; рис дробленый, пшеничная «Полтавская» № 1 и 2 – 16; гречневый продел, перловая, рис шлифованный – 18; гречневая; ядрица, горох шлифованный колотый – 20; горох шлифованный целый – 24.

Срок хранения импортных быстрорастворимых круп в зависимости от используемой технологии и упаковки может быть от 6 до 12 мес. Конечный срок реализации обязательно указывают на упаковке.

7.2. ПРОИЗВОДСТВО И АССОРТИМЕНТ МУКИ

Мука – это продукт, получаемый в результате измельчения зерна в порошок с отделением или без отделения отрубей. Муку подразделяют на виды, типы и товарные сорта.

Вид муки определяется культурой, из которой она выработана. Основные виды – пшеничная и ржаная мука. Второстепенные виды – ячменная, кукурузная и соевая мука (могут использоваться в хлебопечении, но в небольшом количестве). Муку специального назначения – овсяную, рисовую, гречневую, гороховую – используют в пищевом концентратной промышленности; муку набухающую – для изготовления запарных сортов хлеба.

Тип муки зависит от ее целевого назначения. Так, пшеничную муку вырабатывают трех типов: хлебопекарную, макаронную и кондитерскую. Из ржи получают только один тип муки – хлебопекарную. Соевую муку делят на типы в зависимости от содержания жира: необезжиренная, полуобезжиренная и обезжиренная.

Товарный сорт муки зависит от того, какая часть зерновки попадает в муку, т.е. от технологии переработки зерна.

Качество муки зависит от качества перерабатываемого зерна и технологии производств. Процесс производства складывается из двух этапов – подготовительного и непосредственного размола (помола) зерна.

На *подготовительном этапе* проводят очистку зерновой массы от примесей, ГТО зерна (только при сортовых помолах), составление помольной смеси (смешивание партий разного качества). ГТО зерна, или его кондиционирование, заключается в увлажнении зерна, тепловой обработке массы, отволаживании. В результате такой обработки ослабляются связи между оболочками и эндоспермом зерна, повышается эластичность оболочек, улучшаются мукомольные и хлебопекарные свойства зерна. Кондиционирование может быть горячим (40–50°C) и холодным (при комнатной температуре). Зерно ржи при подготовке к помолу подвергают только холодному кондиционированию из-за более низкой температуры клейстеризации крахмала.

Перед поступлением зерна в размольное отделение лаборатория проводит контроль его качества: определяют содержание сорной и вредной примесей, органической примеси (основное проросшее зерно, зерна других культур), содержание сырой клейковины и влажности.

Ассортимент муки. Пшеничную хлебопекарную муку вырабатывают пяти сортов: крупчатка, высший, 1-й, 2-й и обойная.

Мука разных сортов имеет различную степень измельченности и химический состав. При выработке муки происходит перераспределение основных частей зерновки по разным фракциям помола, и от того, какие части зерна и в каком количестве попадут в тот или иной сорт муки, зависит ее химический состав. Мука односортного помола любого сорта характеризуется более высокой пищевой ценностью, чем многосортного помола. Максимальное количество крахмала содержит мука более высоких сортов.

Мука высшего сорта состоит из тонкоизмельченных частиц центральной части эндосперма, практически не содержит отрубей, имеет белый цвет. Зольность – не более 0,55%, количество сырой клейковины – 28%.

Мука 1-го сорта – это тонкоизмельченные частицы всех слоев эндосперма, содержит 3–4% отрубей, цвет – белый с желтоватым оттенком. Зольность – не более 0,75%, количество сырой клейковины – не менее 30%.

Мука 2-го сорта состоит из неоднородных частиц измельченного эндосперма, количество отрубей – до 10%. Из-за присутствия оболочечных частиц мука приобретает сероватый оттенок. Зольность повышается до 1,25%, а содержание клейковины снижается до 25%, тем не менее муку используют в хлебопечении; в розничную торговлю она не поступает.

Обойную муку получают при измельчении всего зерна, она содержит до 16% отрубей. Мука неоднородна по размеру частиц. Цвет – белый с желтоватым или сероватым оттенками, заметны частицы оболочек зерна. Содержание сырой клейковины – не менее 20%, а зольность не должна превышать 2%.

Экспертиза качества муки. Экспертизу проводят по органолептическим, физико-химическим показателям и показателям безопасности.

Цвет зависит от вида и сорта муки. Более высокие сорта муки всегда светлее, а низшие – более темные, в них присутствуют оболочечные частицы.

Вкус муки должен быть свойственный, приятный, слабовыраженный, без хруста при разжевывании. Посторонние привкусы (горький, кислый) не допускаются.

Запах муки слабый, специфический. Не допускаются плесневелый, затхлый и другие посторонние запахи.

Зольность – показатель контроля сорта муки на производстве. Чем больше оболочечных частиц попадает в муку, тем выше ее зольность.

Крупность помола характеризует степень измельчения зерна и влияет на технологические свойства муки. Чрезмерно крупная мука обладает пониженной водопоглотительной способностью. Процесс образования теста замедлен, хлеб получается некачественный. Если мука излишне измельчена, хлеб получается недостаточного объема и быстро черствеет.

Количество и качество сырой клейковины определяют только в пшеничной муке, причем разные сорта различаются количеством клейковины. Для муки высшего сорта – не менее 28%, крупчатки и 1-го сорта – 30%, 2-го сорта – 25%, обойной – 20%.

К *показателям безопасности* относят содержание токсичных элементов, микотоксинов, пестицидов, радионуклидов, которое не должно превышать допустимые уровни.

Хранение муки. Хранение муки делят на два этапа. На первом этапе происходит улучшение хлебопекарных достоинств муки. В течение некоторого времени они сохраняются на достигнутом уровне. Затем начинается второй этап, характеризующийся ухудшением качества муки. Первый этап принято называть созреванием. Свежесмолотую муку в хлебопечении не используют, так как из нее получается некачественный хлеб (малого объема, пониженного выхода и т.д.). Поэтому свежесмолотая мука должна пройти отлежку в благоприятных условиях, называемую *созреванием*, в результате чего улучшаются ее хлебопекарные свойства. Созреванию подвергают в основном пшеничную муку.

Пшеничная сортовая мука созревает при комнатной температуре 1,5–2 месяца, а обойная – 3–4 недели. Муку, предназначенную для длительного хранения, необходимо сразу охладить до 0°C, тогда созревание будет продолжаться год. Если же муку со слабой клейковиной необходимо сразу использовать, то процесс созревания можно ускорить до 6 часов за счет ее аэрации теплым воздухом. Созревание ржаной муки длится 2–4 недели при тех же условиях, что и пшеничной, при этом в ней протекают те же процессы.

При созревании хлебопекарные свойства муки достигают оптимума, некоторое время они сохраняются, а затем качество муки начинает ухудшаться.

Хранят муку в сухих, хорошо проветриваемых, не зараженных вредителями хлебных запасов помещениях, соблюдая санитарные правила. Рекомендуется хранить муку при температуре не выше 20°C и относительной влажности воздуха 60%: сортовую пшеничную муку – 6–8 мес., ржаную сортовую муку – 4–6, кукурузную и соевую недезодорированную – 3–6, соевую дезодорированную – 12 мес. При низких температурах (около 0°C и ниже) срок хранения муки продлевается до двух лет и более.

7.3. ХЛЕБ И ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Хлеб является пищевым продуктом номер один, основой питания. Он обладает постоянной, не снижающейся при ежедневном употреблении усвояемостью, что связано с его строением, консистенцией и химическим составом. Белки хлеба находятся в денатурированном виде, крахмал частично клейстеризован, частично перешел в растворимое состояние, жир – в виде эмульсии или адсорбирован белками и крахмалом; соль и сахар растворены, а вещества оболочечных частиц размягчены.

Благодаря такому состоянию веществ, мягкой консистенции и развитой пористости повышается доступность хлеба для деятельности ферментов пищеварительных соков.

Пищевая ценность во многом зависит от сорта муки и рецептуры хлеба. Чем ниже сорт муки, тем больше в ней содержится питательных веществ, и чем выше сорт муки, тем больше в ней крахмала и меньше витаминов и минеральных элементов, что сказывается на пищевой ценности хлеба. В результате введения в рецептуру теста жиров, сахара, молока и других компонентов изменяется пищевая ценность хлеба. Содержание белка колеблется от 4,7% в хлебе из ржаной муки до 8,35% в хлебе из пшеничной муки. Хлеб из муки грубого помола биологически более полноценен, чем хлеб из муки высоких сортов. В хлебе из пшеничной муки наиболее дефицитны такие аминокислоты, как метионин, триптофан, лизин. В ржаном хлебе лизина содержится больше, но метионина и триптофана в нем недостаточно. В хлебе много глутаминовой кислоты, содержание которой доходит до 40% всех аминокислот. Она участвует в обмене веществ, связывает аммиак, образующийся в результате жизнедеятельности нервных клеток, участвует в синтезе других аминокислот, повышает умственную и физическую работоспособность.

К *сдобным булочным изделиям* относят изделия, в рецептуру которых входят сахар и жир в суммарном количестве 14%.

По наименованиям сдобные изделия могут быть объединены в следующие основные группы: хлеб, булки, сдоба, слойки, изделия любительские, мелкостручные, пироги, лепешки. Каждая группа

может включать несколько видов и разновидностей. Сдобные изделия вырабатывают в основном массой 0,05–0,5 кг, некоторые имеют большую массу – 1,0–2,0 кг.

По массе изделия делят на две группы: мелкоштучные – массой 0,05–0,4 кг; крупноштучные – свыше 0,4 кг.

Экспертиза качества хлеба и хлебобулочных изделий. Проводят экспертизу по органолептическим и физико-химическим показателям. Контролируют также показатели безопасности.

Внешний вид определяют по форме и состоянию поверхности изделия. Форма должна соответствовать виду изделия (округлая, овальная, продолговато-овальная и т.д.), не расплывшаяся, без притисков и боковых выплывов. В реализацию не допускаются изделия мятые и сформированные. Поверхность изделий должна быть гладкой, отдельных видов – шероховатой, без крупных трещин и подрывов; допускаются наколы, надрезы для некоторых изделий, особенно батонов и булок. Окраска корок должна быть равномерной, без подгорелости и не бледной.

Состояние мякиша характеризует пропеченность, промес и пористость. Хлеб должен иметь мякиш пропеченный, не влажный на ощупь, эластичный, у заварных сортов – с небольшой липкостью, без комочков и следов непромеса. Пористость развитая, без пустот и уплотнений. После легкого надавливания пальцем мякиш принимает первоначальную форму. У черствого хлеба появляются крошковатость и жесткость.

Вкус и запах – свойственные виду изделия, без посторонних примесей.

По массе хлебобулочные изделия должны соответствовать требованиям стандарта. Для хлеба допускаемые отклонения в меньшую сторону от установленной массы в конце срока максимальной выдержки на предприятии не должны превышать 3,0% массы отдельного изделия и 2,5% средней массы 10 изделий. Для булочных изделий отклонения зависят от вида и стандартной массы изделия и колеблются для одного изделия – от 3 до 6%, для средней массы 10 изделий – от 2,5 до 4%.

Влажность изделий колеблется в зависимости от вида, сорта и рецептуры (в %): ржаного хлеба – 46,0–54,0; ржано-пшеничного – 41,0–53,0; пшеничного – 39,0–50,0; булочных изделий – 34,0–45,5.

Кислотность хлеба зависит от способа приготовления и сорта муки, влияет на вкусовые достоинства хлеба. Ржаные изделия, приготовленные на закваске, имеют большую кислотность (7,0–11,0 град. – хлеб из ржаной сеяной муки и 8,0–13,0 град. – из ржаной обойной муки), чем пшеничные изделия (2,5–3,5 град. – из муки высшего сорта и 4,5–8,0 град. – из пшеничной обойной муки).

Пористость пшеничного хлеба (54–68%) выше, чем ржаного (44–50%), а формового – выше, чем подового; чем выше сорт используемой муки, тем выше пористость.

В улучшенных и сдобных изделиях нормируется содержание сахара и жира, допускаются отклонения 0,5–1,0%.

Показатели безопасности – содержание токсичных элементов, микотоксинов, пестицидов, радионуклидов – не должны превышать допустимые уровни, установленные СанПиН. В перечень специфических показателей для хлебобулочных изделий включены: посторонние включения, хруст от минеральной примеси, признаки болезней и плесневения, содержание металломагнитной примеси, зараженность вредителями хлебных запасов.

Дефекты хлеба возникают при использовании низкокачественного сырья, нарушении технологических процессов производства, несоблюдении правил транспортирования и хранения хлеба и булочных изделий.

Дефекты внешнего вида. Неправильная форма изделий (расплывшийся хлеб, округлая форма малого объема, деформация) может быть следствием использования низкокачественной муки – из морозобойного, проросшего, пересушенного зерна или пораженного клопом-черепашкой, а также муки, не созревшей после помола; нарушения рецептуры (излишне влажное тесто); длительного брожения и расстойки; выпечки недобродившего теста; небрежной разделки теста и неаккуратного обращения с горячим хлебом.

Дефекты поверхности – отставание верхней корки от мякиша, чрезмерно толстая корка, трещины на поверхности, отсутствие глянца на поверхности – возможны при выпечке хлеба из недобродившего теста с высокой влажностью или из перебродившего теста; при увеличении температуры и времени выпечки; неравномерном нагреве печи; небрежном обращении с горячим хлебом при выемке из печи и т.д.

Излишне темная (подгоревшая) корка получается при использовании муки, смолотой из некачественного зерна; слишком высокой температуре и длительной выпечке. Бледные корки имеет хлеб из перебродившего теста или выпеченный при низкой температуре.

Дефекты мякиша. Закал – плотный, беспористый слой, чаще у нижней корки хлеба. Образуется при посадке хлеба на холодный под печи и при неосторожном обращении с горячим хлебом после выхода его из печи. Неравномерная пористость («пещеры») вызывается нарушением рецептуры, отсутствием обминок, а также использованием некачественной муки; непромес – комочки неразмешанной муки – чаще всего результат нарушения рецептуры замеса.

Дефекты вкуса и запаха: кислый вкус – у перебродившего хлеба, пресный – у недобродившего; пересоленный или недосоленный вкус – следствие неправильной дозировки соли. Посторонние привкусы возможны в результате попадания в муку примесей сорных трав с сильно выраженными вкусом и запахом.

Хранение. Хлеб является продуктом кратковременного хранения. Срок реализации хлеба из ржаной и ржано-пшеничной муки – 36 ч, из пшеничной – 24 ч, мелкоштучных изделий массой менее 200 г – 16 ч. Сроки хранения хлеба исчисляются со времени выхода их из печи. Лучше всего потребительские свойства хлеба сохраняются при температуре 20–25°C и относительной влажности воздуха 75%.

Помещения для хранения хлеба должны быть сухими, чистыми, вентилируемыми, с равномерными температурой и относительной влажностью воздуха. Каждую партию хлебобулочных изделий отправляют в торговую сеть в сопровождении документа, в котором указывают дату и время выхода из печи.

При хранении в хлебе протекают процессы, влияющие на его массу и качество. При этом параллельно и независимо друг от друга идут два процесса: усыхание (потеря влаги) и черствение.

7.4. МАКАРОННЫЕ ИЗДЕЛИЯ

В зависимости от качества и сорта муки макаронные изделия подразделяют на группы – А, Б, В и классы – 1-й и 2-й. Изделия группы А – из муки из твердой пшеницы (дурум); группы Б – из муки из мягкой высокостекловидной пшеницы; группы В – из хлебопекарной пшеничной муки; 1-й класс – изделия из муки высшего сорта и 2-й класс – изделия из муки 1-го сорта.

При внесении вкусовых добавок или обогатителей группу и класс изделий дополняют названием добавки или обогатителя, например, группа А 1-й класс яичный, группа А 2-й класс томатный.

Макаронные изделия всех групп и классов подразделяют на четыре типа: трубчатые изделия – в виде трубок различных длины и диаметра; нитеобразные – и виде нитей разных длины и сечения; лентообразные – в виде лент различных длины и ширины; фигурные – прессованные и штампованные разнообразной формы и рисунка.

Трубчатые макаронные изделия по форме и длине подразделяют на три подтипа: макароны, рожки, перья. Макароны представляют собой трубку с прямым срезом длиной 15–20 см (короткие) и не менее 20 см (длинные); бывают одинарные и двойные гнутые. Рожки – изогнутая трубка с прямым срезом длиной 1,5–4,0 см по внешней кривой. Перья – трубка с косым срезом длиной от 3 до 10 см от острого до тупого угла. Каждый подтип в зависимости от размера поперечного сечения подразделяют на виды. До 4,0 мм – соломка, 4,1–5,5 мм – особые, 5,6–7,0 мм – обыкновенные и более 7 мм – любительские. Макароны и рожки делятся на соломку, особые, обыкновенные и любительские, а перья бывают только особые, обыкновенные и любительские. Макароны длиной от 5 до 13,5 см называют ломом, а менее 5 см – крошкой.

Нитеобразные макаронные изделия (вермишель). В зависимости от размера поперечного сечения (в мм) подразделяют на следующие виды: паутинка – не более 0,8; тонкая – не более 1,2; обыкновенная – не более 1,5; любительская – не более 3,0. По длине различают вермишель короткую (не менее 1,5 см) и длинную (не менее 20 см), одинарную или согнутую вдвое. Выпускают также вермишель, уложенную в виде мотков, гнезд, бантиков. Масса и размер их не ограничиваются. Вермишель длиной менее 1,5 см считается крошкой.

Лентообразные макаронные изделия (лапша) могут быть длинными двойными гнутыми или одинарными длиной не менее 20 см и короткими длиной не менее 1,5 см. Поверхность лапши может быть гладкой или рифленой; края – прямые, пилообразные и волнообразные. Ширина лапши может быть от 3 до 10 мм, толщина – не более 2 мм. Выпускают лапшу в виде гнезд, мотков, бантиков. Лапша длиной менее 1,5 см считается крошкой.

Фигурные изделия вырабатывают любой формы и размеров. Прессованные изделия – в виде ракушек, спиралек, косичек, ракушек-куколок, лилии и др.; штампованные изделия – в виде звездочек, букв алфавита, шестеренок и др. Максимальная толщина какой-либо части изделий на изломе не должна

превышать: 1,5 мм – штампованных и 3,0 мм – прессованных. Фигурные изделия, несвойственной данному виду формы, относят к деформированным.

Кроме традиционных макаронных изделий влажностью 12% на мировой рынок поступают сырые макаронные изделия влажностью 28% и сроком реализации 24 часа.

Ассортимент макаронных изделий расширяют за счет повышения пищевой ценности и создания новых видов изделий лечебно-профилактического назначения.

Экспертизу качества макаронных изделий проводят по органолептическим и физико-химическим показателям согласно требованиям стандарта. Органолептически оценивают цвет, состояние поверхности, форму, вкус и запах, состояние изделий после варки.

Хранение. Ящики и мешки с макаронными изделиями должны храниться в складских помещениях на стеллажах или поддонах, где их укладывают не более чем в 6–7 рядов. Помещения должны быть сухими, чистыми, хорошо проветриваемыми, не зараженными вредителями хлебных запасов, защищенными от воздействия атмосферных осадков, с относительной влажностью воздуха не более 70% и температурой не более 30°C. Не допускается хранение макаронных изделий вместе с товарами, имеющими специфический запах.

Контрольные вопросы

1. Какие показатели относятся к общим показателям качества зерна?
2. Определите этапы процесса производства крупы.
3. По каким направлениям проводится экспертиза качества крупы?
4. Какие принципы определяют подразделение муки на виды, типы и товарные сорта?
5. Назовите этапы хранения муки.
6. Определите технологию процесса приготовления хлеба.
7. На какие группы в зависимости от вида используемой муки подразделяются хлебобулочные изделия?
8. На какие типы в зависимости от группы и класса подразделяются макаронные изделия?

Литература

1. *Николаева М.А.* Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. – М.: НОРМА, 1997. – С. 135–150.
2. *Теплов В.И., Сероштан М.В., Боряев В.Е., Панасенко В.А.* Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К°», 2000. – С. 45–51.
3. *Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учебник.* – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 92–143.

Тема 8. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА ВКУСОВЫХ ТОВАРОВ

- 8.1. Пряности и приправы.
- 8.2. Чай, кофе: производство, хранение и экспертиза.

8.1. ПРЯНОСТИ И ПРИПРАВЫ

Пряности являются продуктами растительного происхождения, которые обладают сильным пряным ароматом и часто резким, жгучим вкусом. Они улучшают вкусовые достоинства пищи и способствуют ее усвоению, так как являются катализаторами многих ферментативных процессов и активизируют обмен веществ в целом.

Известно более 150 различных видов пряностей, но используют немногие из них. Это так называемые классические пряности, для которых общими являются следующие признаки:

- 1) употребление в предварительно обработанном и обязательно сухом виде, что позволяет их долго хранить и перевозить на далекие расстояния;
- 2) сильный, ярко выраженный аромат, специфический для каждой пряности, жгучесть, степень которой также неодинакова;

3) при увеличении доз этих пряностей свыше рекомендуемых норм, при сильном нагревании все они обнаруживают горечь.

В зависимости от того, какая часть растения используется в пищу, классические пряности делят на следующие группы:

- *Семена* – горчица, мускатный орех, мускатный цвет.
- *Плоды* – ваниль, перец, кардамон.
- *Цветы и их части* – гвоздика, шафран.
- *Листья* – лавровый лист, розмарин.
- *Кора* – корица, кассия.
- *Корни* – имбирь, куркума, калган.

К *пряным овощам* относят различные виды луковых, корнеплодных и корневищных овощей. В частности: различные виды лука, чеснок, черемшу, петрушку, пастернак, сельдерей, хрен. К *пряным травам* относят укроп, кориандр, тмин, анис, мяту, эстрагон, фенхель, руту, Melissa, базилик, чабер, чебрец, можжевельник, полынь, майоран и др.

При **экспертизе пряностей** прежде всего обращают внимание на их форму, величину, окраску, аромат и вкус. Учитывают также специфические требования, например, тяжесть зерен черного перца. Нормативными документами нормируется содержание влаги, эфирных масел, зольности и показатели безопасности.

Упаковывают пряности для реализации в розничной торговой сети массой нетто до 100 г в различную потребительскую тару, а для сети общественного питания и промышленной переработки упаковывают массой нетто от 100 г до 5 кг.

Хранение. Хранят пряности в сухих, чистых, хорошо вентилируемых складских помещениях, не зараженных вредителями, при температуре не выше 20°C и относительной влажности воздуха не более 75%. Срок хранения пряностей устанавливается в нормативно-технической документации на продукцию конкретного вида.

К **приправам** относят отдельные пищевые продукты, которые используют для улучшения вкуса и аромата пищи: горчица столовая, хрен, поваренная соль, пищевые кислоты, глутамат натрия, готовые соусы (томатные, фруктовые, майонез).

8.2. ЧАЙ, КОФЕ: ПРОИЗВОДСТВО, ХРАНЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА

Чай – один из наиболее распространенных тонизирующих напитков. Чай обладает антисептическим и бактерицидным действием, укрепляет стенки кровеносных сосудов, нормализует жирнокислотный и холестериновый обмен, предотвращает образование камней в почках и печени, повышает количество гемоглобина в крови, используется при лучевой болезни, гепатите, дизентерии, ангине, ОРЗ, при желудочных расстройствах, при брюшном тифе. Зеленый чай незаменим при старческой хрупкости капилляров, при гипертонии и тяжелых кровоизлияниях.

В настоящее время чай возделывают более чем в 25 странах Европы, Азии, Америки, Африки и Австралии. Основными производителями его являются Индия, Китай, Шри-Ланка, Япония и Турция. В нашей стране чай выращивают в Краснодарском крае, где культивируют морозостойкие китайские сорта *Thea Sinensis*.

Чайное растение имеет вид куста высотой до 1 м. Сырьем для производства чая служат молодые трехлистные побеги этого многолетнего тропического растения. Листья имеют эллипсовидную форму, пилообразные зубчики, на нижней поверхности листа имеются устьица и серебристо-белые одноклеточные волоски длиной до 1 мм («байхоа» – белая ресничка). Отсюда произошло и название «байховый» – рассыпной чай.

Байховый чай бывает черный, зеленый, желтый и красный.

Черный байховый чай получают в результате следующих операций: завяливание, скручивание, ферментация, сушка, сортировка и упаковка.

Основная цель *завяливания* – придание чайному листу мягкости и дряблости, необходимых для его скручивания. При завяливании чайного листа теплым сухим воздухом уменьшается его влажность, повышается активность ферментов, происходит частичный гидролиз крахмала, белков, хлорофилла и витаминов.

Скручивание производят на машинах – роллерах, в результате чего разрушаются клетки чайного листа и высвобождается клеточный сок, что облегчает процесс ферментации. Чайный лист скручивается в трубочку, клубочек, горошек и др. Клеточный сок обволакивает чайинки и фиксируется на них в

процессе сушки. Для повышения качества чая процесс скручивания повторяют несколько раз с одновременной сортировкой чайного листа.

Ферментация – основная технологическая операция при производстве черного байхового чая. Она начинается уже в момент скручивания. Однако ее проводят и специально в течение 3–5 ч при свободном доступе воздуха и температуре 22–24°C.

Сушку чая проводят для прекращения ферментативных процессов до содержания в нем влаги 3–5%. Сушат чай горячим сухим воздухом. При сушке теряется часть ароматических веществ, уменьшается содержание витамина С и водорастворимых веществ. Чаинки приобретают черный цвет. Высушенный чай сортируют по размеру и качеству чаинок на различные виды и сорта фабричного чая, который после купажирования подразделяют на торговые сорта.

По качеству импортный чай делят на пять групп:

- *высокий* – High;
- *хороший средний* – Good medium;
- *средний* – Medium;
- *нижесредний* – Low medium;
- *низкий* – Common.

В торговую сеть поступают следующие сорта в зависимости от *качества* байхового черного и зеленого чая: букет, высший, 1-й и 2-й; чай 3-го сорта направляют на промышленную переработку.

Экспертиза чая. При органолептической оценке определяют внешний вид (уборку), прозрачность, интенсивность вкуса и запаха настоя, цвет разваренного листа согласно ГОСТ 1928-90 – для черного байхового чая и ГОСТ 1939-90 – для зеленого байхового чая.

Определяют также физико-химические показатели. Содержание (в %): влаги в байховом чае любого типа – не более 8,0; экстрактивных веществ в зависимости от сорта в черном байховом чае – не менее 28–35, в зеленом байховом чае – не менее 30–35; кофеина – не менее 1,8–2,8; танина – не менее 8,0–11 – в черном и 12,0–17,0 – в зеленом байховом чае в зависимости от сорта. Нормируется также содержание мелочи, ферропримесей и других веществ. К дефектам байхового чая относят: затхлый запах чая или настоя, запах сырости – возникают вследствие старения при хранении в условиях высокой относительной влажности воздуха или при повреждении листа микроорганизмами до переработки и при хранении.

Хранение чая. Чай обладает высокой гигроскопичностью, при повышенной влажности воздуха теряет аромат и может заплесневеть. Хранят чай в сухих, чистых, проветриваемых помещениях при относительной влажности воздуха не выше 70%. Не допускается хранение чая со скоропортящимися продуктами и товарами, имеющими запах. Не рекомендуется хранить чай при отрицательных температурах.

Кофе – наиболее популярный и любимый населением разных стран тонизирующий напиток. Кофе – это семена плодов кофейного дерева, произрастающего в тропических районах Америки, Азии, Африки и Океании. После сбора кофейных плодов их освобождают от плодовой мякоти, а семена (зерна) сушат, сортируют и упаковывают в джутовые мешки. Родина кофейного дерева – страны Аравийского полуострова, находящиеся на побережье Красного моря.

Из многих ботанических видов кофейного дерева наибольшее распространение получили арабийский кофе (*Coffea arabica*), либерийский (*Coffea liberice Hiern*) и робуста (*Coffea robusta*). Арабика превосходит робусту по вкусу и аромату напитка.

Виды кофе различаются по форме, цвету, размеру, вкусу и экстрактивности семян. По месту произрастания кофе делят на три группы: американский, азиатский и африканский. Каждая группа включает много коммерческих сортов кофе, которые имеют названия в зависимости от страны, где их выращивают, или порта, через который их отправляют на экспорт.

Бразилия экспортирует кофе коммерческих сортов – Сантос, Рио, Виктория и др., Индия – Плантейшн, Арабика, Робуста Черри, Шари и др., Йемен – Мокко или Ходейда, Вьетнам – Арабика и Робуста, Эфиопия – Харари, Мексика – Прима-Вошд и др.

Сырой кофе не имеет аромата готового продукта, отличается сильновяжущим вкусом, не разваривается в воде. Контролирует качество экспортируемого сырого кофе Международная организация кофе (МОК).

Для употребления в пищу кофейные зерна обжаривают в обжарочных аппаратах при температуре 180–220°C в течение 14–60 минут. В результате получают легкоразламывающиеся зерна коричневого цвета с выраженным кофейным ароматом. Обжаренные зерна охлаждают, иногда размалывают, просеивают и упаковывают.

Кофе натуральный жареный. Жареный кофе выпускают в зернах и молотый (молотый – с добавлением до 20% жареного молотого цикория). Кофе жареный в зернах и молотый выпускают высшего и 1-го сортов. К высшему сорту относят кофе Колумбия, Мокко, Ходейда, Коста-Рика, Плантейшн, индийский Арабика и др., к 1-му сорту – Сантос, Джима, индонезийский Робуста, вьетнамский Арабика и др.

Экспертиза кофе. При оценке качества по органолептическим показателям определяют внешний вид зерен. Они должны быть равномерно обжарены, коричневого цвета с матовой или блестящей поверхностью, а молотый кофе – в виде коричневого порошка с включением золотистой оболочки кофейных зерен. Вкус и аромат кофе определяют в напитке.

Согласно ГОСТ 6805-83, в жареном кофе определяют (в %) влажность: при выпуске – не более 4, в конце гарантийного срока хранения – не более 7; количество экстрактивных веществ в кофе без добавлений – от 20 до 30, с добавлением цикория (или винной ягоды) – от 30–40. Содержание кофеина в кофе – не менее 0,7%, в кофе с добавлением цикория – не менее 0,6%; нормируются также зольность, степень помола, наличие металлопримесей и других посторонних веществ.

Хранение. Хранят кофе в сухих чистых складских помещениях с хорошей вентиляцией. Влажность воздуха в них не должна превышать 75%. Недопустимы хранение кофе с пахнущими продуктами и размещение вблизи отопительных приборов или канализационных труб. Срок хранения кофе, упакованного и бумажные коробки и комбинированные банки, – 3 месяца, в жестяные банки и из полимерных материалов – 5 месяцев.

Растворимый кофе – это высушенный до порошкообразного состояния экстракт натурального жареного кофе. Такой продукт растворяется в воде быстро, без осадка и называется «инстант». Для получения растворимого кофе используют в основном обжаренные зерна кофе Робуста 2-го сорта, которые дают самый высокий выход экстракта (до 36%), с добавлением сортов Арабика и Либерика для улучшения вкуса и аромата. Кофе дробят, экстрагируют при высокой температуре под давлением для лучшего экстрагирования, сушат экстракт в распылительной сушилке и упаковывают герметично под вакуумом.

Качество растворимого кофе оценивают согласно требованиям ГОСТа. Растворимый кофе имеет вид мелкозернистого или гранулированного порошка со своеобразными, свойственными натуральному кофе вкусом и ароматом. Гарантийный срок хранения герметично упакованного растворимого кофе – 12 мес.

Контрольные вопросы

1. Какие пищевые продукты объединяет группа вкусовых товаров?
2. Назовите группы классических пряностей.
3. Определите параметры экспертизы пряностей.
4. От каких параметров зависит качество чая?
5. Назовите факторы, обуславливающие дефекты жареного кофе.

Литература

1. *Булдаков А.* Пищевые добавки: Справочник. – СПб.: Питер, 1996. – С. 14–25.
2. *Теплов В.И. и др.* Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2000. – С. 149–170.
3. *Товароведение и экспертиза потребительских товаров.* – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 195– 57.

Тема 9. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА САХАРА, МЕДА И КОНДИТЕРСКИХ ТОВАРОВ

- 9.1. Сахар: основные стадии производства, качество, упаковка и маркировка.
- 9.2. Мед: классификация и ассортимент.
- 9.3. Кондитерские товары.

9.1. САХАР: ОСНОВНЫЕ СТАДИИ ПРОИЗВОДСТВА, КАЧЕСТВО, УПАКОВКА И МАРКИРОВКА

Сахар – это пищевой продукт, состоящий из сахарозы высокой степени чистоты. Товарный сахар должен полностью состоять из сахарозы. Свободные примеси не допускаются. Сырьем для выработки сахара служат сахарный тростник, произрастающий в районах с тропическим и субтропическим климатом, и сахарная свекла. Для производства сахара используют также такие растения-сахароносы, как сорго, кукуруза, пальма.

Сахар-песок представляет собой сыпучий продукт, состоящий из кристаллов сахарозы. Основные стадии производства сахара-песка:

- 1) переработка сырья – удаление примесей, мойка и изрезывание в стружку;
- 2) получение диффузионного сока;
- 3) очистка сока от примесей и несахаров и обработка известковым молоком;
- 4) сгущение сока путем выпаривания;
- 5) кристаллизация сахара из сиропа;
- 6) отделение кристаллов сахара от межкристалльной жидкости;
- 7) сушка, охлаждение и освобождение кристаллов от ферромагнитных примесей и комков сахара.

Размер кристаллов сахара-песка – от 0,2 до 2,5 мм. Допускаются отклонения от нижнего и верхнего пределов указанных размеров до 5% массы сахара-песка.

Качество сахара-песка определяется по ГОСТ 21-94. Из органолептических показателей оценивают вкус и запах – сладкий, без посторонних привкусов и запахов – как сухого сахара, так и его растворов; сыпучесть – без комков, сыпучий, полностью растворимый сахар-песок, предназначенный для промышленной переработки, может иметь комки, разваливающиеся при легком нажатии; цвет товарного сахара-песка – белый, для промышленной переработки – белый с желтоватым оттенком; чистоту раствора – прозрачный или слабо опалесцирующий, без нерастворимого осадка, механических или других посторонних примесей.

Наиболее распространенные дефекты сахара-песка: увлажнение, потеря сыпучести, наличие нерассыпающихся комочков – результат хранения при высокой относительной влажности и резких перепадах температуры воздуха; нехарактерный желтоватый или сероватый цвет и комочки непробеленного сахара появляются при нарушении технологии; посторонний вкус и запах образуются при упаковке в новые мешки, обработанные эмульсией с запахом нефтепродуктов, а также при несоблюдении товарного соседства; посторонние примеси (окалина, ворс и костра) – результат плохой очистки сахара на электромагнитах и использования для упаковки мешков из плохо обработанной мешковины.

Упаковка и маркировка. Сахар-песок упаковывают массой нетто 50 кг в новые тканевые мешки, в возвратные мешки I или II категории, в тканевые мешки с полиэтиленовыми или бумажными трехслойными вкладышами. Сахар-песок упаковывают также массой до 1,0 т в мягкие специализированные контейнеры для сыпучих продуктов типа МКР-1,0 С.

Сахар-песок фасуют механизированным способом в бумажные и полиэтиленовые пакеты массой нетто 0,5–1,0 кг. Сахар-песок также фасуют в художественно оформленные пакетики массой нетто от 5 до 20 г, изготовленные из комбинированного материала – бумаги с полиэтиленовым или микровосковым покрытием. Пакеты с сахаром-песком упаковывают массой по 20 кг в ящики из гофрированного картона.

Сахар-рафинад прессованный колотый и прессованный быстрорастворимый фасуют в бумажные и картонные пачки и коробки массой нетто 0,5 и 1,0 кг. Кусковой прессованный сахар-рафинад завертывают по два кусочка в отдельные пакетики – сначала в подпергамент марки. И, затем

в художественно оформленную этикетку из этикеточной бумаги. Пакетики по 100 шт. укладывают в пачки из бумаги массой нетто 1,5 кг.

Маркировка сахара-песка и сахара-рафинада должна содержать: наименование организации, в систему которой входит предприятие-изготовитель; наименование и товарный знак предприятия-изготовителя; наименование продукции; обозначение стандарта; массу нетто; калорийность 100 г продукта; содержание углеводов в 100 г продукта. Маркировка пакетиков сахара-песка и сахара-рафинада должна содержать: наименование и товарный знак предприятия-изготовителя; наименование продукции; обозначение стандарта; массу нетто. Ящики и мешки с сахаром-песком или с сахаром-рафинадом должны иметь ярлык с маркировкой, содержащей информацию, указанную на пакетах, но вместо калорийности и содержания углеводов обозначают массу брутто, категорию мешка или номер ящика и номер места. Транспортная маркировка должна иметь знак «Беречь от влаги».

9.2. МЕД: КЛАССИФИКАЦИЯ И АССОРТИМЕНТ

Мед – это продукт переработки медоносными пчелами нектара или пади. Мед представляет собой сладкую ароматную сиропообразную жидкость или закристаллизовавшуюся массу различной консистенции. Мед имеет высокую энергетическую ценность – около 1280 кДж (308 ккал) на 100 г и наряду с этим содержит ряд биологически активных веществ. Мед обладает высокими питательными, лечебно-профилактическими и бактерицидными свойствами.

Классификация и ассортимент. Натуральный мед подразделяют: по ботаническому происхождению – цветочный (монофлерный и полифлерный), падевый, естественная смесь цветочного и падевого; по технологическому признаку – сотовый (запечатанный в сотах), центрифугированный (отделенный от сот с помощью медогонок – центрифуг), прессовый (полученный прессованием сот при умеренном нагревании или без него).

Цветочный мед получается в результате сбора и переработки пчелами нектаров и пыльцы. Мед, собранный преимущественно с одного растения-нектароноса, называют монофлерным. Такой мед носит название того растения, с которого собран нектар (липовый, гречишный, акациевый, подсолнечниковый, вересковый и др.). Мед, собранный с цветков нескольких видов растений, называют полифлерным (луговой, степной, таежный, высокогорный, лесной и т.д.).

Падевый мед получается в результате переработки пчелами пади (сладкой жидкости, которую выделяют насекомые – червецы, тля) и медвяной росы (сладкий сок, выступающий на листьях или хвое под влиянием резкой смены температур). Различают падевый мед с лиственных деревьев и хвойных.

Смешанный мед может быть сборным или падевым в зависимости от преобладающего источника, из которого он получен.

Качество меда оценивают по ГОСТ 19792-87. Вкус и аромат меда должны быть естественными, приятными, без посторонних запахов и привкусов, без признаков брожения (для меда с каштана и табака допускается горьковатый привкус). Эти показатели зависят от нектароносов, наличия примесей, длительности хранения.

Консистенция меда должна быть вязкой, степень вязкости определяют органолептически при стекании меда со штапеля.

Цвет – один из признаков, по которому определяют вид меда – кипрейный (сибирский, алтайский) имеет белый цвет; белоакациевый – водянисто-прозрачный; подсолнечниковый – светло-золотистый или ярко-желтый; липовый – светло-желтый и т.д.

По физико-химическим показателям мед должен соответствовать следующим требованиям: массовая доля воды – не более 21%; массовая доля редуцирующих сахаров (на сухое вещество) – от 76% (с белой акации) до 86% (с хлопчатника); массовая доля сахарозы (на сухое вещество) – не более 7%; диастазное число – не менее 5 мл 1%-го крахмала на 1 г безводного вещества; содержание олова (в меде фасованном в металлическую тару, луженую оловом) – не более 0,01%. Реакция на оксиметилфурфурол должна быть отрицательной. Минеральные и механические примеси не допускаются.

Фальсификация меда. Способы фальсификации меда очень разнообразны и многочисленны. Некоторые из них обнаружить несложно, однако наиболее изощренные способы фальсификации требуют более глубокого анализа.

Возможные средства и способы фальсификации:

- добавление крахмальной патоки – определение методом, основанным на способности декстринов крахмальной патоки осаждаться спиртом;
- добавление свекловичной патоки – для обнаружения фальсификации к 10%-му раствору меда прибавляют несколько капель 5–10%-го раствора нитрата серебра, при наличии свекловичной патоки образуется белый мутный осадок;
- добавление муки или крахмала – для обнаружения фальсификации 5 г меда растворяют в воде, нагревают до кипения, после охлаждения прибавляют несколько капель раствора Люголя, синее окрашивание свидетельствует о фальсификации;
- механические примеси – древесные опилки и другие сыпучие вещества – обнаруживают путем фильтрования раствора меда;
- добавление сахара, глицерина, желатина – для обнаружения определяют содержание фруктозы;
- разбавление водой обнаруживается по усиленному брожению и содержанию влаги;
- замену старым медом обнаруживают по присутствию муравьиной кислоты;
- замену цветочного меда падевым можно обнаружить, если к 1 см³ раствора меда (1 : 2) добавить 10 см³ этилового спирта (96% об.), на присутствие падевого меда указывает молочно-белая муть.

Фальсификация меда возможна также добавлением инвертного сахара, одуванчикового варенья, сахарного сиропа и др.

9.3. КОНДИТЕРСКИЕ ТОВАРЫ

Кондитерские товары – это сладкие продукты, отличающиеся приятным вкусом и ароматом, красивым внешним видом, высокой пищевой ценностью, а также хорошей усвояемостью. Основным сырьем для производства кондитерских изделий являются: сахар и другие сладкие вещества (мед, заменители сахара), патока, молоко, сливочное масло, различные фрукты и ягоды, мука, крахмал, какао-продукты (какао-масло, какао-порошок, какао тертое), орехи, различные жиры и масла (маргарин, растительные масла, заменители какао-масла, кондитерские жиры) и др. Кроме того, в кондитерском производстве используют различные пищевые красители (индиго-кармин, тартразин, кармин, куркуму), студнеобразователи (агар, агароид, фуцелларан, пектин), пенообразователи (яичные белки, кровяной альбумин, мыльный корень), ароматические вещества (эфирные масла, различные эссенции, ванилин), пищевые кислоты (лимонную, винную, яблочную), консерванты (бензойную кислоту, сернистую кислоту, сорбиновую кислоту) и др.

Кондитерские товары подразделяют на две группы: сахаристые и мучные.

К *сахаристым* относят фруктово-ягодные изделия, шоколад, какао-порошок, карамель, конфеты, ирис, драже, халву и восточные сладости типа карамели и конфет. К *мучным* кондитерским изделиям относят печенье, пряники, вафли, торты и пирожные, кексы, ромовые бабы, рулеты, мучные восточные сладости.

Контрольные вопросы

1. Назовите основные стадии производства сахара-песка.
2. Какие органолептические показатели используются при оценке качества сахара-песка?
3. Выявите особенности упаковки и маркировки сахара.
4. На какие группы подразделяется натуральный мед?
5. Перечислите основные способы фальсификации меда.
6. На какие группы подразделяются кондитерские товары?
7. Назовите товары, относящиеся к мучным кондитерским изделиям.

Литература

1. *Теплов В.И. и др.* Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2000. – С. 127–132.
2. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. С. 263–274.

Тема 10. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА МОЛОЧНЫХ ТОВАРОВ

- 10.1. Состав, потребительские свойства и ассортимент молока.
- 10.2. Молочные консервы.
- 10.3. Масло и кисломолочные продукты.
- 10.4. Мороженое: виды, экспертиза и хранение.

10.1. СОСТАВ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА И АССОРТИМЕНТ МОЛОКА

Молоко – это продукт нормальной секреции молочной железы коровы. С физико-химической точки зрения молоко представляет собой сложную полидисперсную систему, в которой дисперсионной средой является вода, а дисперсной фазой – вещества, находящиеся в молекулярном, коллоидном и эмульсионном состоянии. Молочный сахар и минеральные соли образуют молекулярные и ионные растворы. Белки находятся в растворенном и коллоидном состоянии, молочный жир – в виде эмульсии.

Состав молока непостоянен и зависит от породы и возраста коровы, условий кормления и содержания, уровня продуктивности и способа доения, периода лактации и других факторов. Период лактации у коров длится 10–11 мес., в течение этого времени от коров получают доброкачественное молоко.

С технологической и экономической точки зрения молоко можно разделить на воду и сухое вещество, в которое входит молочный жир и сухой обезжиренный молочный остаток (СОМО).

Наибольшие колебания в химическом составе молока происходят за счет изменения содержания воды и жира. Лактоза, минеральные вещества и белки отличаются постоянством. Поэтому по содержанию СОМО можно судить о натуральности молока.

Сырьем для производства молока служат натуральное молоко, обезжиренное молоко, сливки.

Натуральное молоко – это необезжиренное молоко без каких-либо добавок. Оно не поступает в реализацию, так как имеет нестандартизованное содержание жира и СОМО. Используется для выработки различных видов молока и молочных продуктов.

Обезжиренное молоко – обезжиренная часть молока, получаемая сепарированием и содержащая не более 0,05% жира.

Сливки – жировая часть молока, получаемая сепарированием.

Пастеризованное молоко – молоко, подвергнутое термической обработке при определенных температурных режимах.

Нормализованное молоко – пастеризованное молоко, доведенное до требуемого содержания жира.

Восстановленное молоко – пастеризованное молоко с требуемым содержанием жира, вырабатываемое полностью или частично из молочных консервов.

Цельное молоко – нормализованное или восстановленное молоко с установленным содержанием жира.

Молоко повышенной жирности – нормализованное молоко с содержанием жира 4 и 6%, подвергнутое гомогенизации.

Нежирное молоко – пастеризованное молоко, вырабатываемое из обезжиренного молока.

Молоко и сливки контролируют по органолептическим показателям: внешнему виду и консистенции, вкусу и запаху, цвету. Важнейшие физико-химические показатели: массовая доля жира, кислотность, плотность, степень чистоты, температура. По микробиологическим показателям пастеризованное молоко подразделяют на три группы: А, Б и пастеризованное во флягах и цистернах, общее количество бактерий в котором соответственно 50, 100 и 200 тыс. в 1 см³.

Гарантийный срок хранения многих видов пастеризованного молока – 36 часов при температуре не выше 8°C.

Отбор проб, подготовку их к анализам и органолептическую оценку при приемке, хранении и реализации в торговой сети проводят в соответствии со стандартами.

Кроме органолептических и физико-химических показателей проводят экспертизу молока по показателям безопасности: токсичные элементы (свинец, кадмий, медь, цинк, ртуть, мышьяк); микотоксины, антибиотики, гормональные препараты, пестициды, радионуклиды.

10.2. МОЛОЧНЫЕ КОНСЕРВЫ

Молочные консервы – это продукты из натурального молока или молока с пищевыми наполнителями, свойства которых в результате обработки (стерилизации, сгущения, сушки, добавления веществ, повышающих осмотическое давление среды, упаковки) сохраняются длительное время без существенных изменений.

Главной причиной порчи молока является присутствие в нем микроорганизмов. Поэтому основная задача при консервировании молока и молочных продуктов – прекращение жизнедеятельности микроорганизмов. При производстве консервов применяются в основном три принципа консервирования: ксероанабиоз (сушка молока), осмоанабиоз (сгущение молока), абиоз (стерилизация).

При производстве сгущенных молочных консервов используют принципы осмоанабиоза и абиоза. Сгущенные молочные консервы с сахаром представляют собой пищевые продукты, полученные из пастеризованного коровьего цельного или обезжиренного молока, пахты или молока с добавлением сливок путем выпаривания некоторой части воды и консервирования его сахарозой.

Контроль качества сгущенных молочных консервов с сахаром и наполнителями включает определение органолептических, физико-химических и микробиологических показателей, предусмотренных стандартами. Гарантийный срок хранения сгущенного молока с сахаром в банках №7 при температуре от 0 до 10°C составляет 12 месяцев, в транспортной таре – 8 месяцев.

Не допускаются в реализацию консервы в банках: бомбажных – с вздутыми доньшками и крышками, которые не принимают нормального положения после надавливания на них пальцами; с «хлопающими» концами (выпуклость доньшка или крышки банки не исчезает при нажиме); пробитых; со сквозными трещинами, черными пятнами; имеющих острые изгибы жести, помятость фальцев, ржавчину на внешней поверхности, после удаления которой остаются раковины.

10.3. МАСЛО И КИСЛОМОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ

Масло коровье – пищевой продукт, вырабатываемый из коровьего молока и состоящий из непрерывной жировой среды, в которой равномерно распределены влага и СОМО. Сливочное масло получают из сливок разной жирности. Структура сливочного масла обуславливается пространственным расположением и взаимосвязью основной среды молочных жиров с капельками влаги, пузырьками воздуха.

В зависимости от исходного сырья масло подразделяют на следующие группы:

- *сливочное масло*, вырабатываемое из натуральных сливок различной жирности, являющееся эмульсией типа «вода в масле»;
- *подсырное масло* – полуфабрикат маслодельной промышленности, вырабатываемый из подсырных сливок;
- *топленое масло*, получаемое в результате тепловой обработки (перетапливания) сливочного масла, подсырного масла;
- *восстановленное масло*, вырабатываемое из топленого масла и молочной плазмы.

Для *фасования* масла применяют упаковочные материалы и тару которые должны защищать продукт от порчи, влияния внешних факторов (свет, влага, запахи), обеспечивать сохранность продукта при транспортировании и хранении, быть безвредными для человека, придавать маслу товарный вид.

Транспортирование масла осуществляют в авторефрижераторном транспорте, автомашинах с изотермическим кузовом. Допускается перевозка масла в открытых машинах с использованием укрытий.

Хранят масло на холодильниках и в розничной торговле при различных температурах, но относительная влажность воздуха должна быть не выше 80%. Масло кратковременно хранят при температуре от 6 до 0°C и длительное время – от –5 до –25°C. Хранение при положительных температурах масла, особенно с повышенным содержанием плазмы и СОМО, приводит к интенсивной порче продукта. Вследствие активизации деятельности ферментов, микроорганизмов, процессов

окисления и осаливания молочного жира ухудшаются вкус и запах, появляется салитый, прогорклый или рыбный привкус, происходит плесневение поверхности масла.

Кисломолочные продукты – это молочные продукты, вырабатываемые сквашиванием молока или сливок чистыми культурами молочнокислых бактерий с добавлением или без добавления дрожжей и уксуснокислых бактерий. Кисломолочные продукты относятся к продуктам биотехнологии.

Кисломолочные продукты объединены в три основные группы: кисломолочные напитки; сметана; творог и творожные изделия. Эти продукты играют особую роль в питании, так как кроме высокой пищевой ценности имеют большое лечебно-профилактическое значение.

10.4. МОРОЖЕНОЕ: ВИДЫ, ЭКСПЕРТИЗА И ХРАНЕНИЕ

Мороженое представляет собой взбитую (насыщенную воздухом) замороженную пастеризованную смесь молока, сливок или фруктово-ягодных продуктов с сахаром, стабилизаторами, вкусовыми и ароматическими веществами.

Мороженое имеет высокую пищевую и биологическую ценность, приятный вкус, нежную консистенцию. Оно благоприятно влияет на секреторную и моторную функции органов пищеварения и нередко применяется при желудочных кровотечениях и после операций желудочно-кишечного тракта.

В состав мороженого входят многие продукты в количестве, определяемом рецептурой. Увеличение содержания в мороженом сухих веществ до 30–40% сопровождается образованием в нем при замораживании мелких кристаллов льда.

Виды мороженого. К основным видам мороженого относятся мороженое, выработанное на молочной основе (молочное, сливочное, пломбир), и мороженое, основой для производства которого служит сахарный сироп с плодово-ягодными, ароматическими и другими наполнителями (плодово-ягодное и ароматическое).

Экспертизу качества мороженого проводят в соответствии с ГОСТом и ТУ по следующим органолептическим показателям: вкус и запах – чистые, характерные для данного вида, с привкусом введенного наполнителя; консистенция – нежная, однородная по всей массе, без ощутимых кристаллов льда, комков жира и стабилизаторов; цвет – однородный, характерный для данного вида мороженого.

Не допускается к реализации: мороженое, имеющее вкус, не характерный для данного вида; с наличием посторонних привкусов и запахов; с неоднородной или песчанистой консистенцией; с крупными кристаллами льда, комками молочного жира и стабилизатора; а также мороженое в ржавых, мятых, непломбированных гильзах, в деформированной, грязной и рваной упаковке, с неясной маркировкой и краской, переходящей в продукт.

Хранение. Хранят мороженое до отправки в торговую сеть и на предприятия общественного питания в низкотемпературных камерах при температуре от –18 до –20°C и относительной влажности воздуха 85–90%. В зависимости от фасовки и вида мороженое хранят от 1 до 3 месяцев, пирожные и торты из мороженого – 20 дней.

Контрольные вопросы

1. По каким показателям контролируют качество молока и сливок?
2. Какие показатели, кроме органолептических и физико-химических, подтверждают качество и пищевую ценность молока?
3. Сформулируйте принципы консервирования молочных продуктов.
4. На какие два класса по товароведной классификации подразделяются молочные консервы?
5. Какие продукты относятся к кисломолочным?
6. Определите правила хранения мороженого.

Литература

1. *Гордиенко А.Б. и др.* Товароведение пищевых продуктов. – М.: Экономика, 1990. – С. 112–118.
2. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 308–330.

Тема 11. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА МЯСНЫХ ТОВАРОВ

- 11.1. Классификация и маркировка мяса.
- 11.2. Мясо птицы.
- 11.3. Колбасные изделия.
- 11.4. Мясные консервы.

11.1. КЛАССИФИКАЦИЯ И МАРКИРОВКА МЯСА

По *виду животных* различают говядину, свинину, баранину, козлятину, буйволятину, лосятину и крольчатину, а также мясо диких животных – дзеренину, медвежатину, зайчатину. Мясо различных видов отличается органолептическими показателями, морфологией и химическим составом.

В зависимости от *возраста, живой массы и толщины шпика* (у свиней) животных и полученное от них мясо подразделяют на группы. Мясо крупного рогатого скота делят на молочную телятину, полученную от животных в возрасте от 2 недель до 3 месяцев, говядину молодняка – от 3 месяцев до 3 лет и говядину – от животных старше 3 лет.

Маркируют мясо на мясоперерабатывающих предприятиях при проведении ветеринарной и товароведной экспертизы. На каждую тушу, полутушу или четвертину всех видов убойных животных краской фиолетового цвета наносят *клеймо овальной формы*. Клеймо имеет размер 40 × 60 мм и в центре – три пары двузначных чисел: первая обозначает порядковый номер республики, края, области в составе Российской Федерации; вторая – номер района или города и третья – номер предприятия. В верхней части клейма имеется надпись «Российская Федерация», в нижней – «Госветнадзор».

Ветеринарное *клеймо прямоугольной формы* имеет размер 40 × 60 мм и сверху надпись «Ветслужба», в центре – «Предварительный осмотр», внизу – три пары двузначных цифр, как и в клейме овальной формы. Это прямоугольное клеймо подтверждает, что мясо получено от животных, прошедших ветеринарный осмотр в хозяйствах, благополучных по карантинным заболеваниям, но это клеймо не дает права на реализацию мяса без проведения ветсанэкспертизы в полном объеме.

На мясо и субпродукты, подлежащие обезвреживанию и направляемые для переработки в колбасные или другие изделия, ставят только ветеринарный *штамп*, указывающий порядок использования мяса согласно действующим ветеринарно-санитарным или гигиеническим нормам и правилам.

Мясо, поступающее в торговлю, должно быть правильно обработано, без признаков порчи, дефектов, с маркировкой.

Не допускают в торговлю туши и полутуши с остатками внутренних органов, сгустков крови, бахромок, загрязнений, повреждениями поверхности, кровоподтеками, побитостями, потемнениями в области шеи, тощей категории упитанности, повторно замороженные и неправильно распиленные, а также туши хряков, свинина IV категории, деформированные, с зачистками, превышающими 10%, или со срывами подкожного жира, превышающими 15% поверхности туши. На замороженном мясе не должно быть льда и снега.

Мясо всех видов, поступающее на реализацию, должно быть свежим. Свежесть определяют путем органолептического, химического, микроскопического и гистологического исследований туши, ее частей или отдельных органов. Забракованное на основании органолептической оценки несвежее мясо не подвергают дальнейшему исследованию.

При органолептической оценке определяют внешний вид и цвет мяса, консистенцию, запах, состояние жира, сухожилий и качество бульона по его цвету, прозрачности и запаху, при химическом исследовании – содержание летучих жирных кислот и продуктов первичного распада белков в бульоне.

11.2. МЯСО ПТИЦЫ

Хозяйственное значение имеют куры, индейки, цесарки, гуси и утки. От птицы можно получить продукцию в 4–6-месячном возрасте, а бройлеры в 50-дневном возрасте достигают массы 1,8 кг. Наибольшее хозяйственное значение имеют куры. Убойный выход потрошенных тушек кур, гусей, уток и индеек составляет 57–60%, а полупотрошенных – 77–80%.

По хозяйственной продуктивности кур и уток подразделяют на мясных, яйценоских и общепользовательных.

Строение тела птицы имеет специфические особенности. Скелет птицы очень легкий, трубчатые кости тонкостенные, с воздушными полостями. Грудная кость, которая служит основой для крепления грудных мышц, сильно развита. На плюсневой кости имеется отросток – основание для шпоры, размер которой зависит от пола и возраста птицы. Костная ткань составляет около 14% живой массы кур и около 7% массы полупотрошенной птицы.

Охлажденную птицу хранят в ящиках, уложенных в штабеля, или на стеллажах. Срок хранения при температуре от 0 до 4°C и относительной влажности 80–85% – до 4–5 суток. При хранении охлажденной птицы необходимо тщательно следить за соблюдением условий хранения и при появлении незначительного постороннего запаха или изменении цвета поверхности немедленно рассортировать тушки. Качество птицы при хранении ухудшается, а вследствие потери влаги уменьшается их масса.

Мороженую птицу хранят в ящиках, уложенных в плотные штабеля. Допустимый срок хранения зависит от условий хранения и вида птицы. Предельный срок хранения при температуре от –12 до –15°C и относительной влажности 85–90% гусей и уток – 7 суток, кур, индеек и цесарок – 10 суток; при температуре –25°C и ниже – соответственно 12 и 14 мес.

11.3. КОЛБАСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Колбасные изделия в зависимости от технологии и использованного сырья подразделяют на колбасы вареные, фаршированные, полукопченые, копченые, кровяные и ливерные, сосиски и сардельки, мясные хлеба, паштеты, зельцы и студни.

Пищевая ценность колбасных изделий выше пищевой ценности исходного сырья и большинства других продуктов из мяса. Объясняется это тем, что при производстве колбас из сырья удаляют наименее ценные по питательности ткани. Высокая пищевая ценность колбасных изделий обуславливается также содержанием в них белковых и экстрактивных веществ, низкоплавкого свиного жира. Молоко, сливки, сливочное масло и яйца, которые добавляют при производстве этих изделий, не только повышают их питательную ценность, но и значительно улучшают вкус.

Основным сырьем для производства колбасных изделий служат говядина, свинина и свиной жир. Для выработки отдельных видов колбас используют субпродукты, пищевую кровь, баранину, мясо птицы и кроликов.

В колбасном производстве используют мясо всех категорий упитанности и в любом термическом состоянии. Однако предпочтение отдают мясу с минимальным содержанием жира. Колбасные изделия высокого качества можно изготовить только при соответствующем подборе мяса, полученного от животных определенного вида, упитанности и возраста. Говядина является связующим материалом для колбасного фарша. Свинина придает колбасным изделиям нежную консистенцию и приятный вкус. Баранину используют для производства колбас в ограниченном количестве, так как она имеет специфические запах и вкус.

Субпродукты широко применяют при изготовлении ливерных колбас, зельцев и студней. Кровь используют для специальных видов колбас, а продукты переработки крови – плазму и сыворотку – добавляют преимущественно в вареные колбасы, сосиски и сардельки. Жир применяют в основном свинной, а для отдельных наименований колбас – говяжий и бараний. Для получения рисунка на разрезе в фарш добавляют измельченный шпик. Молочные и яичные продукты улучшают вкус и связанность фарша, повышают содержание белка и кальция в готовых изделиях. Посолочные смеси, в состав которых кроме поваренной соли входят нитрит и сахар, обуславливают розовую окраску и приятный вкус колбас. Для улучшения вкуса и аромата колбас в фарш добавляют пряности, а в некоторые сорта – фисташки, коньяк, ром, мадеру, портвейн.

Большинство колбасных изделий выпускают в оболочках, предохраняющих от внешних воздействий и придающих колбасам определенную форму. Применяют естественные и искусственные оболочки из целлюлозы, а из белковых – белкозин, кутизин и натурин, полученные из обрезков шкуры животных. Из полимерных материалов наиболее распространены полиамидные, саран, крехалон и супролон. Кроме того, выпускают съедобные оболочки для сосисок и сарделек. Для вязки колбас используют шпагат с целью уплотнения фарша и удобства термической обработки.

Упаковывают колбасные изделия для местной реализации и краткосрочного транспортирования в металлические, дощатые и фанерные ящики, картонные коробки, бумажные мешки и в полимерную тару. Запрещается транспортировать колбасы навалом и в открытых автомашинах. Для длительного транспортирования и хранения сырокопченые колбасы упаковывают в чистые сухие дощатые ящики, коробки из гофрированного картона или деревянные бочки и пересыпают сухими опилками деревьев нехвойных пород.

Хранят колбасные изделия, как правило, при температуре не выше 8°C и относительной влажности воздуха 75–80%. Срок реализации вареных колбас и мясных хлебов 1-го и 2-го сортов, сосисок и сарделек – не более 2 суток, мясных хлебов и колбас высшего сорта – до 3 суток.

11.4. МЯСНЫЕ КОНСЕРВЫ

Мясные консервы отличаются высокой пищевой ценностью, длительным сроком хранения, удобством транспортирования. В зависимости от вида содержимого банок мясные консервы могут храниться без существенного изменения качества до 3–5 лет.

В консервах содержится (в %): воды – 50–70, белков – 10–30, жиров – 8–30, минеральных веществ – до 3,5.

Для производства мясных консервов используют мясо всех видов, жир, субпродукты, ютовые мясные изделия, кровь, различные продукты растительного происхождения, пряности. Тару для консервов изготавливают из белой жести, стекла, сплавов алюминия и полимерных материалов. Каждая консервная банка называется физической. Однако для унификации подсчета введено понятие «условная банка», принятое за единицу измерения консервов в торговле и пищевой промышленности. За условную банку принимают цилиндрическую жестяную банку объемом 353 см³, диаметром 102,3 мм и высотой 52,8 мм. Для перевода физических банок в условные существуют переводные коэффициенты.

Ассортимент мясных консервов весьма разнообразен. В зависимости от основного сырья различают консервы из мяса, мясных продуктов, субпродуктов, мяса птицы, мясорастительные и салобобовые.

По *назначению* консервы подразделяют на обеденные, употребляемые, как правило, после кулинарной обработки, закулочные, детские и для диетического питания.

Консервы из мяса (тушеное мясо, жареное мясо и др.) изготавливают из сырого, отварного или жареного мяса. Наиболее распространены консервы из говядины, свинины и баранины тушеных. Приготавливают их из сырого мяса разной упитанности. Содержание мяса и жира в консервах – около 55%, соли – 1,5%. Консервы из мяса предназначены для приготовления первых и вторых блюд. Консервированное жареное мясо готовят из обжаренной в костном жире говядины, уложенной в банки вместе с жареным луком, перцем и соусом.

Качество мясных консервов определяют по результатам органолептических исследований, физико-химических, а в сомнительных случаях и бактериологических анализов. Кроме того, оценивают качество консервной тары.

При осмотре консервов обращают внимание на содержание этикетки, маркировку, возможные дефекты на поверхности банок, ржавые пятна, размер наплывов припоя, состояние резины или пасты. На внутренней поверхности банок при стерилизации могут образовываться участки синеватого цвета. На стеклянных банках может быть налет темного цвета – сернистого железа. Этот налет безвреден, но ухудшает внешний вид консервов, преимущественно мясорастительных.

Органолептически консервы оценивают в холодном или разогретом состоянии. Определяют вкус, запах, внешний вид и консистенцию содержимого банки. При наличии бульона дополнительно определяют его цвет и прозрачность. При оценке внешнего вида обращают внимание на укладку, количество и размер кусочков мяса. Из физико-химических показателей определяют содержание мышечной ткани и жира, бульона, нитрита, поваренной соли, олова, меди, свинца.

Хранение. Хранят консервы в вентилируемых помещениях при возможно минимальных колебаниях температуры. В помещениях следует поддерживать температуру воздуха в пределах от 0

до 5°C и относительную влажность воздуха 75%. Отрицательно влияет на качество и сохраняемость консервов температура ниже 0°C. При более высокой температуре в содержимое банки переходит олово, что может ограничить допустимый срок годности консервов. Срок хранения в зависимости от вида и температуры воздуха может быть от года до 3 или 5 лет.

Контрольные вопросы

1. Приведите классификацию мяса.
2. Какие требования предъявляются к маркировке мяса?
3. Определите показатели, проверяемые при органолептической оценке качества мяса.
4. Сформулируйте требования к организации транспортировки мяса птицы.
5. На какие группы в зависимости от технологии и используемого сырья подразделяются колбасные изделия?
6. Определите понятие «условная банка», применяемое в торговле и пищевой промышленности.

Литература

1. Бровка А.С. и др. Товароведение пищевых продуктов. – М.: Экономика, 1989. – С. 38–43.
2. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2000. – С. 51–69.
3. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 420–457.

Тема 12. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА РЫБНЫХ ТОВАРОВ

- 12.1. Мороженая рыба.
- 12.2. Соленые и маринованные рыбные товары.
- 12.3. Сушеные, вяленые и копченые рыбные товары.
- 12.4. Рыбные консервы и пресервы.

12.1. МОРОЖЕНАЯ РЫБА

Замораживание – это способ консервирования, при котором рыбу охлаждают до возможно более низкой температуры в пределах до криогидратной точки раствора солей и азотистых веществ, содержащихся в ее тканях. Длительная сохраняемость мороженой рыбы зависит от того, что понижение температуры до –10°C и ниже резко тормозит жизнедеятельность микроорганизмов и тканевых ферментов, замедляет окислительное расщепление жира. В тех случаях, когда рыба предназначена для перевозки и кратковременного хранения, но более длительного, чем это возможно при охлаждении, ее замораживают не полностью, а от –3 до –4°C. Такую рыбу называют подмороженной (переохлажденной).

Как в процессе замораживания, так и при последующем хранении и размораживании в рыбе происходят биологические, физические и биохимические изменения.

В мороженом виде заготавливают и реализуют практически все виды рыб. Сроки хранения мороженой рыбы зависят от температуры и способа консервирования. При хранении мороженой рыбы используют ящики дощатые и картонные, короба, бочки, тюки рогожные, мешки и т.д. Тара должна быть прочной, чистой, без посторонних порочащих запахов. Деревянную тару выстилают оберточной бумагой. Особо ценные сорта рыбы (белорыбица, нельма и др.) поштучно завертывают в пергамент. В каждую единицу упаковки укладывают рыбу одного сорта, вида, размера, способа разделки и замораживания. Согласно ГОСТ 1168-86, мороженую рыбу на судах, производственных и распределительных холодильниках хранят при температуре не выше –18°C.

Сроки хранения рыбы сухого искусственного и естественного замораживания при температуре –18°C составляют (в мес.) не более:

- глазированной: осетровые, горбуша, голец – 7; лососи дальневосточные (кроме горбуши и гольца), карповые, сиги, судак, окунь речной, щука, сом, камбалы азово-черноморские – 8; лосось балтийский неразделанный и остальные неразделанные лососевые рыбы – 4; лосось

балтийский потрошенный с головой и остальные потрошенные лососевые рыбы с головой – 3; тресковые, камбала, палтусы, морские окуни разделанные и неразделанные – 6; минтай обезглавленный и спинка – 6; остальные пресноводные – 8; остальные морские – 6;

- обработанной водным раствором ПВС: горбуша разделанная – 10;
- обернутой в антиадгезионную бумагу: тресковые, камбалы, палтусы, морские окуни разделанные и неразделанные – 5; минтай обезглавленный и спинка – 4;
- неглазированной: карповые, сиги, судак, окунь речной, щука, сом, камбалы – 6; тресковые разделанные и неразделанные – 4; остальные пресноводные рыбы – не более 6; остальные морские рыбы – 4.

Рыбу сухого искусственного и естественного замораживания в потребительской таре при температуре не выше – 18°C хранят не более 1 месяца со дня изготовления, при температуре не выше –10°C пресноводную – не более 3 месяца, морскую – не более 2 месяца.

Для уменьшения количественных и качественных изменений рыбу при длительном хранении укрывают брезентом, пленкой или другими изоляционными материалами. Во время хранения рыбу рекомендуется периодически осматривать, отмечая наличие плесени или ржавчины, и при необходимости принимать решение о реализации.

На торговых предприятиях в холодильниках мороженую рыбу хранят при температуре от –15°C до –6°C до 14 суток, в магазинах без холодильного оборудования – 1 сутки, а при температуре, близкой к 0°C, – 3 суток.

Дефекты охлажденной и замороженной рыбы могут быть обусловлены качеством сырья, поступившего для замораживания, и технологией переработки. Они могут придавать рыбе посторонние нетипичные запахи, изменять внешний вид, окраску и консистенцию.

Высыхание возникает при значительной усушке мороженой рыбы. При этом она только теряет цвет, но мясо приобретает сухую, жесткую, волокнистую консистенцию, аромат свежей рыбы исчезает, а возникает острый рыбный запах. При высыхании в мясе развивается гидролиз жира, сопровождающийся посторонним запахом продукта. Это важный процесс, так как от количества соли зависят вкус и устойчивость к действию микроорганизмов, а от количества воды – сочность и нежность продукта.

12.2. СОЛЕННЫЕ И МАРИНОВАННЫЕ РЫБНЫЕ ТОВАРЫ

Под термином «посола» обычно подразумевают весь комплекс процессов, начиная с приемки сырья и кончая упаковкой готовых продуктов. В этом комплексе важнейшим является процесс посаливания – сумма физико-химических процессов.

При посоле наблюдается обменная диффузия поваренной соли и внутритканевой жидкости через мембранные системы, покрывающие внешнюю поверхность обрабатываемой ткани, и через систему макро- и микрокапилляров, пронизывающих ткань во всех направлениях. При тузлучном посоле продуктов перераспределение соли и воды складывается из трех одновременно протекающих процессов: перераспределения соли и воды между рассолом и продуктом; перераспределения соли и воды в рассоле; перераспределения соли и воды внутри продукта.

Все эти три процесса перераспределения соли и воды происходят диффузно-осмотическим путем. При диффузии вдоль мышечных волокон средняя скорость проникновения соли в мясо выше, чем при диффузии поперек волокон. Одновременно с перераспределением соли между рассолом и продуктом начинается и перераспределение воды.

В первый период посола осмос, т.е. просачивание воды сквозь оболочки мышечной ткани в раствор с более высокой концентрацией, преобладает над диффузией соли в мясо. В результате происходит уменьшение массы рыбы. Степень обезвоживания тем больше, чем выше концентрация рассола. Она достигает наибольшего значения при обычных условиях посола приблизительно на пятые сутки в зависимости от массы рыбы. После этого начинается обводнение мышечной ткани, обусловленное нарастанием в ней концентрации соли. Этот процесс продолжается в течение всего времени посола, хотя и с меньшей интенсивностью. Максимальное количество воды мышечная ткань поглощает, когда содержание соли в ней достигает 4–5% массы.

Дефекты соленой и маринованной рыбы возникают в результате использования для посола рыбы сырья с глубокими автолитическими процессами или пониженного качества, нарушения технологического режима посола и хранения, использования нестандартной тары и упаковочных материалов.

Дефекты соленой и маринованной рыбы условно можно разделить на исправимые и неисправимые. Следует учитывать, что всякий исправимый порок может стать неисправимым.

Сырость – непросоленность мяса – характеризуется наличием вкуса и запаха сырой рыбы, сукровицы в жабрах и несвернувшейся крови у позвоночника. Для исправления необходимо рыбу досолить.

Лопанец – рыба с лопнувшим брюшком. Часто возникает при посоле рыбы с переполненным кишечником или разрыве потерявшей прочность от автолиза брюшной стенки либо в результате прессования во время укладки в тару. У мелкой рыбы порок неустраим, крупная рыба подлежит разделке на балычок, тушку, филе.

Рвань – механические разрывы тела рыбы, образующиеся при небрежной и грубой обработке. Порок можно исправить во время разделки на кусочки и филе-кусочки.

Налет белых пятен – результат главным образом использования загрязненной балластными слоями (кальция и магния) поваренной соли. На поверхности рыбы появляются белые пятна нерастворимого молочнокислого кальция. Порок удаляется зачисткой, разделкой и мойкой рыбы. Для его предупреждения при посоле необходимо использовать кондиционную соль.

Скисание тузлука возникает под влиянием кислотообразующей микрофлоры, возникающей в процессе хранения рыбы при высокой температуре. В начальной стадии наблюдается помутнение раствора, затем он становится вязким, тягучим, появляется кисловатый запах. Рыба покрывается серой слизью, мышцы становятся рыхлыми и дряблыми. В начальной стадии порок исправляют промыванием рыбы свежим крепким раствором соли и заливают новым рассолом. Если порок проник в жабры, их удаляют, а рыбу после промывки немедленно реализуют. Рыба при скисании тузлука хранению не подлежит.

Загар – порок, возникающий при нарушении технологии процесса, задержке просаливания, хранении при высокой температуре, слабом посоле и др. Дефект характеризуется потемнением или покраснением тканей вокруг позвоночника в результате разложения крови в спинной артерии. При загаре ухудшается вкус рыбы, снижается ее сортность.

Затяжка – признак начальной стадии порчи рыбы – появляется в случаях, когда рыба начала портиться раньше, чем проявилось консервирующее действие соли. Для предупреждения порока необходимо солить свежую, доброкачественную рыбу и соблюдать технологию производства.

Омыление – дефект соленой рыбы, хранившейся без тузлука. В результате развития слизиобразующей микрофлоры на поверхности рыбы появляется мутный вязкий слизистый налет, похожий на слой мыла, с неприятным запахом. Порок возникает в случае хранения рыбы при повышенной температуре. Такую рыбу необходимо срочно реализовать.

Фукуши – дефект, возникающий на поверхности крепкосоленой рыбы при хранении без тузлука в условиях повышенной температуры в результате развития галофильной микрофлоры, которая в процессе жизнедеятельности выделяет пигмент красного цвета (фуксин). При сильном поражении рыба становится дряблой, приобретает неприятный запах, напоминающий аммиачный. Порок частично исправим при выдержке рыбы в уксусно-соленом растворе, содержащем 4–5% кислоты. Для профилактики рыбу хранят в тузлуке в охлаждаемых помещениях.

Затхлость – наличие плесени в жабрах и брюшной полости соленой рыбы, хранившейся без тузлука. Порок можно устранить тщательной промывкой рыбы, удалением жабр, зачисткой пораженных мест.

Неправильная разделка – дефект может быть устранен дополнительной разделкой.

Пролежни образуются при бочковом посоле рыбы в результате плохого перемешивания с солью.

Прыгун – дефект соленой рыбы, хранившейся без тузлука. Прыгун – личинка сырной мухи. Рыбу, пораженную прыгуном только на поверхности, без повреждения мышечной ткани, после промывания в тузлуке разрешается реализовать. Для профилактики порока необходимо хранить рыбу при низкой температуре в чистых, вентилируемых помещениях, проводить мероприятия по борьбе с мухами.

Сваривание – разрыхление тканей рыбы при хранении вне складских помещений, без укрытия, под действием солнечных лучей.

Окись – так на практике называют рыбу с заметными признаками гниения (результат гнилостного разложения белков и органических веществ тузлука). Мясо такой рыбы бледного цвета, кисло-горького вкуса, с дряблой консистенцией, серой слизью на поверхности.

Калянус – дефект, вызываемый ракообразными организмами, в частности калянусом, которыми питаются в основном сельди и салака. Кишечник и желудок рыб обычно заполнены пищей красного цвета. При поражении кишечника мясо таких рыб окрашивается в красный цвет. После удаления калянуса рыба может быть употреблена в пищу.

Налет кристаллов соли на поверхности, выступающий при подсыхании рыбы, образуется вследствие того, что после посола рыба не была промыта в слабых тузлуках (для опреснения наружного слоя).

12.3. СУШЕНЫЕ, ВЯЛЕННЫЕ И КОПЧЕНЫЕ РЫБНЫЕ ТОВАРЫ

Обезвоживание сырья является одним из древнейших способов консервирования. Сушкой консервируют не только рыбу, но и морских беспозвоночных. Сушеная рыба является полуфабрикатом и вырабатывается из тощей рыбы (трески, пикши, сайды, корюшки и др.).

Различают два основных способа сушки – холодный и горячий.

При *холодном способе* рыбу сушат в естественных или искусственных условиях при температуре не выше 40°C. При этом способе лучше сохраняются первоначальные свойства рыбы.

При *горячем способе* рыбу сушат при температуре 200°C и более. При этом в ней протекают физические и химические изменения, связанные с удалением влаги из материала, гидролизом белка и жира, денатурацией белков. Кроме того, в рыбе происходят полная инактивация ферментов, разрушение витаминов, окисление непредельных жирных кислот.

К дефектам рыбы горячей сушки относятся подгоревшие рыбки, примесь песка, раздавленные рыбки, а в снетке – примесь других рыб, а также посторонние привкусы и запахи.

Морские беспозвоночные в сушеном виде являются ценным белковым продуктом питания. Из кальмара и осьминога вырабатывают пресно-сушеную продукцию, из трепанга, кукумарии – варено-сушеную или вареную солено-сушеную, из крабов, креветок, гребешка, мидий – варено-сушеную.

В зависимости от вида сырья варено-сушеная продукция содержит (в %): влаги – 5–20, белка – 53–80, минеральных веществ – 5–12. Выход готовой продукции составляет 5–10%.

Сушеных беспозвоночных замачивают или отмачивают, а затем используют для приготовления кулинарных блюд.

12.4. РЫБНЫЕ КОНСЕРВЫ И ПРЕСЕРВЫ

Рыбные консервы – это рыбные продукты, после предварительной обработки герметично укупоренные в тару и подвергнутые стерилизации в течение определенного времени. В зависимости от вида перерабатываемого сырья и материалов, способа термической обработки рыбные консервы классифицируют на следующие группы: из рыбы, из морских беспозвоночных, из морских млекопитающих и из водорослей.

В каждую группу входят два типа: консервы из натурального сырья и из подготовленного полуфабриката. При изготовлении натуральных консервов сырец подвергается тепловой обработке только во время стерилизации, а вкусовые и ароматические свойства продукта целиком зависят от природных свойств сырца. Такие консервы относят к группе пищевых.

При изготовлении консервов из полуфабрикатов сырье до и после укладки в банки обрабатывают различными способами. Выбор способа предварительной тепловой и химической обработки сырья во многом определяет качество и пищевую ценность консервов. Под химической понимается обработка рыбы веществами, изменяющими ее химический состав. К ним относятся растительное масло, соль, дым и др. В результате такой обработки продукт приобретает специфические вкус, цвет и аромат. Способ тепловой и химической обработки зависит от технологических особенностей сырья.

Консервы подразделяют также по типу заливки. Заливку (соус) и различные добавки, как правило, выбирают в зависимости от предварительной обработки сырца. Например, копченую рыбу не заливают соусом и не добавляют к ней овощи, а используют растительное масло, которое не изменяет вкус, цвет и запах копченой рыбы. К рыбе, обжаренной в масле, подходит томатный соус.

В зависимости от способов приготовления и назначения консервы принято подразделять на следующие группы: натуральные, в томатном соусе, в масле, паштеты и пасты, рыбо-овощные, диетические.

Упаковывают и маркируют рыбные консервы по ГОСТ 11771-77Е, перевозят всеми видами транспорта. Маркировку наносят двумя строками в следующем порядке: первая строка – номер смены (цифра), число (две цифры), месяц (две цифры), год (две последние цифры); вторая строка – буква Р (индекс рыбной промышленности), ассортиментный знак (цифры или буквы).

Хранят рыбные консервы на складах, базах при относительной влажности воздуха 75% и температуре 0–20°C – консервы в масле, при 0–10°C – консервы натуральные, при 0–5°C – консервы в томатном соусе. Сроки хранения рыбных консервов: натуральных – 6–24 мес., в томатном соусе – 6–18, в масле – 12–24 мес.

В отличие от стерилизованных консервов, рыбные пресервы, расфасованные в герметичные банки, не подвергают тепловой обработке, поэтому они нестерильны и являются сравнительно малостойким продуктом.

По способам приготовления, предварительной разделки и обработки пресервы подразделяют на три группы:

1) пресервы из неразделанной рыбы пряного или сладкого посола (сельдь, скумбрия, ставрида, сардинелла, сайра, салака, килька, хамса и др.) с применением соли, сахара и пряностей;

2) пресервы из разделанной рыбы в виде филе, тушек, филе-кусочков, рулетов, кусков с применением различных специй, ягод, фруктов, овощей и разнообразных заливок, соусов, растительного масла и маринадов;

3) пресервы из обжаренной или отварной рыбы в виде кусочков, тефтелей или котлет, залитых различными соусами, но в основном томатным.

Контрольные вопросы

1. Определите факторы, влияющие на способы замораживания рыбы.
2. Назовите способы замораживания рыбы.
3. Выявите основные дефекты охлажденной и замороженной рыбы.
4. Каковы причины появления дефектов соленой и маринованной рыбы?
5. Какие виды сырья являются основой для производства сушеной рыбы?
6. Определите порядок упаковки, маркировки и хранения рыбных консервов.

Литература

1. *Теплов В.И. и др.* Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2000. – С. 69–87.
2. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 495 – 524.

Тема 13. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА ШВЕЙНЫХ И ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ

13.1. Ассортимент и качество швейных товаров.

13.2. Ассортимент и качество трикотажных товаров.

13.1. АССОРТИМЕНТ И КАЧЕСТВО ШВЕЙНЫХ ТОВАРОВ

Одежда бывает бытовая, спортивная, национальная (одежда, отражающая специфику национальной культуры и быта народа), производственная, специальная (для защиты работающего от воздействия производственных факторов), санитарная (для защиты предметов труда от работающего и работающего от общих производственных загрязнений), форменная (одежда военнослужащих, работников специальных ведомств и учащихся, для которых установлена форма).

Бытовая одежда может быть повседневной (для повседневного ношения), торжественной (для ношения в торжественных случаях) и домашней (для работы и отдыха в домашних условиях).

Разновидностью домашней одежды является рабочая одежда (для работы в бытовых условиях).

Бытовую одежду группируют по назначению, характеру опоры, материалу, сезонности, полу и возрасту потребителей, размерным показателям, видам, фасонам, сложности обработки.

По назначению одежду делят на верхнюю, нательное белье, корсетные изделия и головные уборы.

По характеру опоры одежда бывает плечевая и поясная.

По материалу различают одежду из хлопчатобумажных, льняных, шерстяных и шелковых тканей, нетканых материалов, искусственного меха, кожи и др.

По сезонности одежда бывает летней, зимней, демисезонной (для весенне-осеннего периода), всесезонной (для ношения в любое время года).

По полу и возрасту различают одежду мужскую, женскую, для детей подростковой группы (одежда для мальчиков от 15,5 до 18 лет и девочек от 14,5 до 18 лет), для детей старшей школьной группы (для мальчиков от 12,5 до 15,5 лет и девочек от 11,5 до 14,5 лет), для детей младшей школьной группы (для мальчиков от 7 до 12,5 лет и девочек от 7 до 11,5 лет), для детей дошкольной группы (от 3 до 7 лет), для детей ясельной группы (от 9 мес. до 3 лет), для новорожденного (до 9 мес.).

Размерные показатели (размеры) одежды обозначаются полными величинами роста, обхвата груди, обхвата бедер для женской одежды и полными величинами роста, обхвата груди, обхвата талии для мужской одежды. Например, для женской одежды, изготовленной на типовую фигуру с ростом 164 см, обхватом груди 96 см и обхватом бедер 100 см, в товарном ярлыке строка «размеры» заполняется так: 164–96–100. Для мужской одежды, изготовленной на типовую фигуру с ростом 176 см, обхватом груди 96 см и обхватом талии 76 см, в товарном ярлыке строка «размеры» заполняется так: 176–96–76. Для верхних мужских сорочек, изготовленных на типовую фигуру с ростом 170 и 176 см, обхватом груди 96 см, обхватом талии 88 см и обхватом шеи 40 см, в товарном ярлыке строка «размеры» заполняется так: 170,176–96–88–40. Размерные показатели одежды для девочек и мальчиков обозначаются полными величинами роста и обхвата груди. Например, для одежды, изготовленной на типовую фигуру девочки или мальчика с ростом 134 см и обхватом груди 68 см, в товарном ярлыке строка «размеры» заполняется так: 134–68. Для верхних сорочек для мальчиков, изготовленных на типовую фигуру с ростом 110 и 116 см, обхватом груди 60 см и обхватом шеи 28 см, в товарном ярлыке строка «размеры» заполняется так: 110,116–60–28.

Рост измеряется без обуви от пола до высшей точки головы; обхват груди – горизонтально на уровне груди; обхват бедер – горизонтально на расстоянии 18–20 см от талии с учетом выступа живота; обхват талии – горизонтально.

Размерные показатели указываются по данным типовых фигур. Измерения индивидуальные могут отличаться от типовых по росту (± 3 см), обхвату груди (± 2 см), обхвату бедер (± 2 см), обхвату талии (± 3 см).

Виды (наименования) одежды разнообразны – это пальто, полупальто, пиджак, брюки, юбка и др.

Фасон одежды определяется силуэтом, покроем (в основном покроем рукавов и воротника), формой изделия и обработкой.

По сложности обработки одежду делят на 10 групп.

К верхней одежде относят пальто, полупальто, плащи, накидки, куртки, пиджаки, жакеты, жилеты, брюки, шорты, юбки, костюмы, комбинезоны, полукомбинезоны, платья, халаты, блузки и др.

Верхняя одежда бывает мужской, женской и детской (для мальчиков и девочек).

Женская одежда, по сравнению с мужской, отличается разнообразием фасонов, частой их сменой, наличием отделок. Особенности женской одежды состоят еще и в том, что застежку делают не на правую, а на левую сторону, подкладка внизу обычно «отлетная», т.е. не пристроенная к верху.

Детская одежда должна обладать высокими эргономическими и эстетическими свойствами. Поэтому применяют фасоны, обеспечивающие свободу движений ребенка, используют ткани ярких цветов, пестротканые, меланжевые, набивные и разнообразные виды отделки.

Пальто изготавливают мужские, женские, для мальчиков и девочек.

Швейные изделия должны соответствовать техническим описаниям изделий, в которых дана характеристика моделей по силуэту, форме, крою, размерам, исходным материалам и отделке. Необходимо, чтобы швейные изделия отвечали своему назначению, были удобны в эксплуатации, гигиеничны, надежны и эстетичны.

На торговых предприятиях при приемке швейных изделий проверяют соответствие упаковки и маркировки требованиям стандартов, измеряют изделия и проверяют их качество методом сплошного или выборочного контроля.

При измерении изделий устанавливают соответствие фактических измерений изделия измерениям, предусмотренным нормативно-технической документацией. На основании данных измерений судят о точности размерных показателей.

Качество швейных изделий устанавливают по ГОСТам, техническим условиям и техническим описаниям моделей. Качество верхней одежды с бортами и застежкой до низа контролируют на

манекенах, качество головных уборов – на формах, а остальных изделий – на столе с горизонтальной поверхностью. Проверяемые изделия должны быть отутюжены и иметь товарный вид.

При внешнем осмотре устанавливают соответствие изделия утвержденному образцу-этalonу, правильность подбора материала верха, подкладки, прикладных материалов, отделки, фурнитуры.

Швейные изделия могут быть высшей категории качества и обыкновенного качества. Последние делят на 1-й и 2-й сорта.

При определении сорта швейных изделий учитывают наличие пороков внешнего вида и посадки их на фигуре, а также другие производственно-швейные пороки внешнего вида материалов.

В комплектах одежды (костюмах) сорт каждого изделия, входящего в комплект, определяют отдельно, а сорт комплекта устанавливают по низшему сорту одного из этих изделий. В изделиях с меховым воротником и на подкладке сорт устанавливают отдельно для мехового воротника и для подкладки. При переводе в пониженный сорт мехового воротника или подкладки сорт изделия не снижается. Скидку с основной цены за пониженную сортность делают только со стоимости дефектного изделия комплекта, мехового воротника или подкладки. Для этого в костюмах-двойках стоимость пиджака или жакета принимают за 60% общей стоимости, брюк или юбки – за 40%; в костюмах-тройках стоимость пиджака принимают за 50%, жилета – за 15%, брюк – за 35%. Цена подкладки составляет 10% стоимости изделия.

Швейные изделия маркируют товарным ярлыком, лентой с изображением товарного знака и контрольной лентой. Товарный ярлык содержит: изображение товарного знака предприятия-изготовителя; наименование, подчиненность и местонахождение (адрес) предприятия-изготовителя; наименование изделия и его принадлежность; стандарт или технические условия на изделие; артикул или номер по прейскуранту изделия; номер модели; размеры; сорт; розничную цену, дату выпуска (месяц, год).

У швейных изделий, имеющих подкладку, отделку или меховой приклад, на товарном ярлыке дополнительно должны быть указаны артикул материала верха, сорт подкладки, скидка, группа отделки, надбавка за отделку или мех.

На ленте с изображением товарного знака должны быть указаны наименование сырья, его процентное содержание по волокнам и символы по уходу за изделиями.

При маркировке головных уборов вместо ленты с изображением товарного знака должно быть клеймо с изображением товарного знака и указанием наименования и местонахождения предприятия-изготовителя.

На контрольной ленте обозначают розничную цену и размеры швейных изделий.

13.2. АССОРТИМЕНТ И КАЧЕСТВО ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Трикотажными называют изделия, полученные из одной или многих нитей (пряжи) путем образования петель и их взаимного соединения или пошива из трикотажных полотен, состоящих из петель.

На формирование потребительских свойств трикотажных товаров оказывают влияние проектирование, применяемые трикотажные полотна (трикотаж), их отделка и изготовление.

Проектирование трикотажных изделий состоит из процессов моделирования и конструирования.

Моделирование – создание модели или образца-этalonа трикотажного изделия – является важным фактором формирования потребительских свойств. При создании модели учитываются применяемые трикотажные полотна, их свойства и требования существующей моды.

Конструирование состоит из разработки чертежей утвержденной модели, изготовления лекал (выкроек), их размножения для всех размеров и определения способа изготовления изделия.

Ассортимент трикотажных изделий подразделяют по назначению, виду используемого сырья, полу и возрасту потребителей, видам, фасонам, сложности обработки, размерам.

По назначению трикотажные изделия делят на верхние, бельевые, чулочно-носочные, перчаточные, платочно-шарфовые и головные уборы.

По виду используемого сырья трикотажные изделия бывают из хлопчатобумажной и шерстяной пряжи, искусственных и синтетических нитей и пряжи, из полушерстяной пряжи и др.

По полу и возрасту различают изделия мужские, женские, подростковые (для мальчиков и девочек), детские (для мальчиков и девочек школьного, дошкольного, ясельного возрастов и новорожденных).

К видам (наименованиям) изделий относят жакеты, джемперы, свитеры, брюки, сорочки и др.

Фасоны определяются силуэтом, формой деталей изделия, длиной рукавов, обработкой и др.

По сложности обработки верхние трикотажные изделия делят на группы, обозначенные арабскими цифрами.

Размеры верхних и бельевых трикотажных изделий обозначают в сантиметрах по размерным признакам. Размеры чулок, получулок, носков указывают по длине их следа в сантиметрах с интервалом в 1 см: мужских – с 23-го по 33-й, женских – с 19-го по 31-й, детских – с 12-го по 24-й. Чулки, получулки, носки из эластика выпускают на два размера и обозначают: 19–21, 23–25, 27–29, 31–33.

Размеры женских колготок обозначают дробью, в числителе которой – рост (указывается двумя величинами через запятую), в знаменателе – обхват бедер (указывают двумя величинами через тире).

Размеры перчаточных изделий обозначают номерами, характеризующими полуобхват кисти руки в сантиметрах, измеренной посередине между основаниями большого и указательного пальцев.

Размеры платков, шарфов, палантинов указывают по их длине и ширине в сантиметрах. Размеры головных уборов обозначают по их внутренней окружности в сантиметрах.

Верхние трикотажные изделия изготавливают почти из всех видов трикотажных полотен, вырабатываемых из различных видов сырья. Лучшими полотнами для их производства являются двойные формоустойчивой структуры.

Верхние трикотажные изделия различают мужские, женские, подростковые и детские.

Трикотажные изделия по внешнему виду, фасону, отделке, качеству полотна и изготовления должны соответствовать образцу-эталону и требованиям НТД. Изделия должны быть безопасны в потреблении, отвечать своему назначению, обеспечивать удобство потребления, гигиеничность, надежность и иметь высокие эстетические свойства.

Контроль качества. На торговых предприятиях проверяют соответствие маркировки и упаковки трикотажных изделий требованиям стандарта и определяют их сортность по стандартам.

Изделия трикотажные по ГОСТам подразделяют на 1-й и 2-й сорта.

Сорт изделий определяют в зависимости от наличия пороков внешнего вида полотна и производственно-швейных пороков, а также от отклонений линейных размеров в подобранной паре чулочно-носочных и перчаточных изделий.

При определении сорта учитывают вид порока, его размер (по наибольшему измерению), местонахождение на изделии (на открытых или закрытых частях и деталях) и общее количество пороков. Резко выраженные пороки в изделиях не допускаются.

Сорт комплектных и парных изделий по порокам внешнего вида устанавливают по низшему сорту изделия комплекта или полупары.

Изделия просматривают на столе с лицевой стороны (платочно-шарфовые – с обеих сторон) в расправленном виде без натяжения.

Маркируют трикотажные изделия товарным ярлыком, лентой с изображением товарного знака, контрольной лентой.

На товарных ярлыках указывают изображение товарного знака предприятия-изготовителя, его наименование, подчиненность и местонахождение (адрес), наименование изделия и его принадлежность, стандарт или технические условия на изделие, артикул изделия, номер модели, размеры, сорт, розничную цену, дату (месяц, год). На товарных ярлыках допускается не указывать: на чулочно-носочных изделиях – товарный знак и адрес предприятия-изготовителя, дату выпуска; на перчаточных изделиях – товарный знак, номер модели (не присваивается) и дату выпуска.

На товарном ярлыке дополнительно должны быть указаны следующие данные: для бельевых трикотажных изделий – группа отделки и прочность окраски; для верхних изделий – артикул полотна, номер ОТК (для чулочно-носочных изделий допускается его указывать на упаковочном ярлыке).

Лентой с изображением товарного знака маркируют трикотажные верхние и бельевые изделия из всех видов пряжи и нитей (кроме изделий из хлопковой и хлопко-вискозной пряжи). На этой ленте должны быть указаны наименование сырья и его процентное содержание по волокнам и символы по уходу за изделиями.

На контрольной ленте для трикотажных изделий обозначают розничную цену.

Контрольные вопросы

1. Определите основные признаки классификации швейных товаров.
2. Какие требования предъявляются к качеству швейных товаров?

3. Выявите порядок проведения контроля качества швейных товаров?
4. Какие изделия относятся к трикотажным товарам?
5. Определите правила маркировки трикотажных товаров.

Литература

1. *Алексеев Н.С., Ганцов Ш.К., Кутинян Г.И.* Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров. – М.: Экономика, 1988. – С. 17–19.
2. *Барченкова В.И.* Основы товароведения непродовольственных товаров. – М.: Экономика, 1991. – С. 177–204.
3. *Гусейнова Т.С.* Товароведение швейных и трикотажных товаров. – М.: Экономика, 1991. – С. 28–33.

Тема 14. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА ОБУВНЫХ ТОВАРОВ

- 14.1. Ассортимент кожаной обуви.
- 14.2. Ассортимент резиновой и валяной обуви.
- 14.3. Маркировка обувных товаров.

14.1. АССОРТИМЕНТ КОЖАНОЙ ОБУВИ

На формирование потребительских свойств обуви оказывают влияние материалы, применяемые для ее изготовления, процесс проектирования и выработки.

Основные материалы для кожаной обуви – кожи натуральные, искусственные и синтетические, ткани, нетканые материалы, трикотажные полотна, фетр.

Натуральные кожи вырабатывают из шкур животных. Шкура животного состоит из эпидермиса (наружного слоя), дермы (среднего слоя) и подкожной клетчатки (мездры).

Для получения кожи шкуру подвергают дополнительной обработке, дублению и отделке.

Подготовительная обработка шкур – удаление подкожной клетчатки и эпидермиса вместе с волосом. Отделенная дерма называется гольем. Голье большой толщины обычно делят по толщине на верхний слой с лицевой поверхностью и нижний. При выработке мягких кож голье подвергают мягчению.

Дубление – обработка голья дубящими веществами для придания ему мягкости, эластичности, пластичности, прочности, износостойчивости и т.д. Голье при дублении превращается в кожу.

Различают дубление хромовое, комбинированное, жировое и др.

Хромовое дубление состоит в обработке голья водными растворами основных солей трехвалентного хрома. Такие кожи имеют серую окраску, мягкие, эластичные, износостойчивые, гигиеничные, но отличаются повышенной намокаемостью и пониженной пластичностью. Этим дублением вырабатывают преимущественно кожи для верха обуви.

При *комбинированном дублении* обработка голья осуществляется двумя и более дубящими веществами. Обычно применяют хромо-растительное дубление (обрабатывают голье солями хрома и растительными дубящими веществами) или хромо-растительное с добавлением синтетических дубящих веществ (продуктов переработки нефти, угля, торфа и др.). Кожи хромо-растительного дубления имеют окраску коричневого цвета, плотные, пластичные, водостойкие, устойчивые к действию высоких температур во влажном состоянии. Таким дублением вырабатывают кожи для низа и верха обуви (юфть), шорно-седельные и др.

Кожи хромораствительного дубления с добавлением синтетических дубителей имеют серую окраску, повышенную эластичность, красивый внешний вид, но пониженную водостойкость.

Жировое дубление применяют для изготовления кожи, которая называется замшей. Специально подготовленное голье (из шкур оленей, овец, диких коз и т.д.) обрабатывают жирами морских животных (тюленей, кашалотов, дельфинов). Замша характеризуется мягкостью, тягучестью, бархатистостью, водонепроницаемостью. Из нее изготавливают верх обуви и др.

Выдубленная кожа на лицевой поверхности имеет рисунок (мерею), образованный главным образом отверстиями после удаления волоса. Нижняя поверхность кожи называется бахтармой.

Отделка кож после дубления необходима для повышения их потребительских свойств. Кожи для понижения влажности прессуют и сушат, а для повышения водостойкости, придания мягкости и пластичности – жируют. Кожи хромовые красят в барабанах, разводят (расправляют и разглаживают), сушат, с лицевой поверхности покрывают слоем краски (покрывное крашение). Покрывное крашение придает равномерную окраску всей поверхности кожи, блеск, скрывает незначительные лицевые пороки и т.д. Покрывное крашение бывает двухцветным с эффектом «антик» или «флорантик» (более светлые участки кожи просвечивают через темные), а также с перламутровым эффектом.

Детали обуви подразделяют на детали верха и низа. Различают детали верха и низа наружные, внутренние и промежуточные. Наименование, форма и количество деталей верха зависят преимущественно от вида обуви (сапоги, ботинки, полуботинки, туфли и др.) и ее конструкции.

Наружными деталями верха обуви являются носок, союзка (в сапогах – перед), задники, берцы (в сапогах – голенище), задний наружный ремень, язычок. К внутренним деталям верха обуви относят подкладку, штаферку, задний внутренний ремень, подблочник. Промежуточные детали верха обуви – подноски, задники, межподкладка.

К наружным деталям низа обуви относят подошву, подметку, каблук, набойку, рант (несущий, накладной, декоративный); к внутренним – стельку, к промежуточным – теленок (деталь для формоустойчивости геленочной части низа обуви), простилку (деталь, заполняющая пространство, ограниченное краями затяжной кромки следа затянутой обуви); подложку (деталь, по форме и размерам соответствующая подошве) и др.

Выкроенные детали обуви обрабатывают: края деталей верха обуви, предназначенные для загибки, утоняют (спускают), а видимые края деталей обжигают, окрашивают, обстрачивают тесьмой и т.п. Подошвы и стельки шлифуют, формуют и т.д.

По назначению обувь подразделяют на бытовую (используют в обычных условиях), национальную (имеет различные национальные традиционные элементы конструкции и отделки), специальную (предназначенную для защиты ног от опасных воздействий, имеет защитные материалы и детали), производственную (предназначенную для общих работ), спортивную (для занятий различными видами спорта), ортопедическую (для ношения при патологических отклонениях в стопе, голени или бедре), профилактическую (для предупреждения развития патологических отклонений в стопе).

Бытовую обувь делят по назначению, способу производства, сезонности, видам, размерам, полнотам, половозрастному назначению, материалу деталей верха и его цвету, материалу подошвы и методу ее крепления.

По назначению обувь различают повседневную, модельную, домашнюю, дорожную, пляжную и для активного отдыха (для прогулок, отдыха, занятий физкультурой).

Кожаная обувь должна быть изготовлена в соответствии с требованиями нормативно-технической документации и по образцам, утвержденным в установленном порядке. Должна соответствовать функциональному назначению, быть удобной, гигиеничной, прочной, хорошо сохранять приданную форму и внешнее оформление.

Обувь должна быть парной. В паре все одноименные детали должны быть одинаковы по форме, размерам, цвету, рисунку мереи и т.д.

На торговых предприятиях внешним осмотром выборочно проверяют соответствие маркировки, упаковки и качества обуви требованиям стандартов. Обувь юфтевую, домашнюю и дорожную, а также сандалии, чувяки, туфли спортивные и пинетки на сорта не подразделяют, а остальную обувь делят на 1-й и 2-й сорта. Принимают обувь попарно. Сорт ее устанавливают по худшей полупаре с учетом обнаруженных пороков.

В кожаной обуви не допускаются пороки, резко влияющие на ее эргономические свойства, надежность, и эстетические. Это осыпание красителей, мягкие задники, плохое формование пяточной и носочной частей, деформация верха, порванная подкладка и неразглаженные складки внутри обуви, сквозные повреждения ее деталей и др.

14. 2. АССОРТИМЕНТ РЕЗИНОВОЙ И ВАЛЯНОЙ ОБУВИ

Потребительские свойства **резиновой обуви** зависят от видов исходных материалов и методов ее изготовления. Основными материалами для изготовления резиновой обуви являются

резина, текстильные материалы (ткани, трикотаж), поливинилхлорид в виде пластиката и пластизоля (пастообразного материала). Изготавливают резиновую обувь клеевым методом, штампованием, формованием и литьевым методом.

Резиновую обувь делят по назначению, характеру использования, половозрастному назначению, методу изготовления, материалу верха и его цвету, видам и размерам.

По назначению резиновую обувь подразделяют на бытовую, спортивную и производственно-технического назначения (диэлектрическую, кислотощелочестойкую, нефтеморозостойкую и др.).

По характеру использования резиновая обувь бывает для ношения на обувь валяную, кожаную, меховые унты и для ношения без обуви. По половозрастному назначению резиновую обувь подразделяют на мужскую, мальчиковую, женскую, школьную для девочек, мальчиков и детскую. По методу изготовления обувь резиновая бывает клееной, штампованной, формовой, коагулянтного формования, литьевой. По материалу верха различают обувь цельнорезиновую, с текстильным верхом, из пластизоля поливинилхлоридного, из пластиката поливинилхлоридного, из полиэтилена.

По цвету материала верха обувь резиновую делят на обувь из резины черной и цветной (из резины всех цветов, кроме черного). Обувь из поливинилхлоридного пластизоля и пластиката выпускают обычно цветной.

К видам бытовой обуви относят галоши, ботинки, ботики, сапожки, сапоги, туфли. Их различают по особенностям конструкции и отделке.

Резиновая обувь должна соответствовать требованиям нормативно-технической документации, обеспечивать защиту ног и обуви от воды, иметь удобную конструкцию, быть легкой, гибкой, соответствующих размеров, надежной в потреблении и красивой. Резиновая обувь должна выпускаться парной. Все детали одного наименования в паре должны быть одинаковыми по форме, размерам и расположению.

На торговых предприятиях путем внешнего осмотра резиновой обуви проверяют полноту и четкость маркировки, соответствие обуви требованиям нормативно-технической документации. При проверке качества обуви выявляют пороки, устанавливают их размер, местонахождение и количество.

Резиновую обувь выпускают 1-го и 2-го сортов, кроме сапог формовых и туфель, которые на сорта не делят. В резиновой обуви не допускаются пороки, влияющие на ее потребительские свойства: непарность обуви, выступание серы (желтые пятна на поверхности резины), механические повреждения, расхождение подкладки с цветной стелькой, маркие пятна на подкладке и др.

Сырьем для производства **валяной обуви** являются шерсть овечья натуральная (обычно осенней стрижки), шерсть овечья и коровья заводская (снятая со шкур животных на кожевенных заводах), шерсть восстановленная, очесы шерстопрядильного, отходы мехового и валяльного производства, козий пух, вискозные волокна.

Процесс изготовления валяной обуви состоит из подготовки сырья, составления смеси (смешивания различных видов сырья в определенной пропорции) и ее обработки, приготовления основы будущего изделия и ее частичного уплотнения, валки (дальнейшего уплотнения и сцепления волокон), формования на колодках, отделки и комплектования.

От качества валки зависят эргономические свойства и надежность. Только при нормальном уплотнении и хорошем сцеплении волокон валяная обувь имеет высокие теплозащитные свойства, долговечность и сохраняемость. Во время валки обувь могут окрашивать.

Обувь валяную подразделяют по назначению, исходному сырью, видам и конструкции, размерам, половозрастному назначению, цвету и отделке. По назначению валяную обувь делят на бытовую и специальную (обувь для защиты ног от повышенных температур и галоши рабочие). По исходному сырью валяная обувь бывает грубошерстной, полугрубошерстной и фетровой (из полугрубой овечьей шерсти, козьего пуха, отходов мехового производства, вискозного волокна). Обувь грубошерстная и полугрубошерстная может быть с вложением козьего пуха. Видами валяной обуви являются валяные сапоги и сапожки.

Валяная обувь должна быть изготовлена в соответствии с требованиями нормативно-технической документации (НТД), обладать высокими теплозащитными свойствами, быть парной по размерам, уплотнению, высоте, массе, толщине стенок, цвету, отделке. Она должна быть удобной в носке, иметь прочную окраску и хорошо очищенную снаружи и внутри поверхность.

На торговых предприятиях валяную обувь подвергают внешнему осмотру, устанавливают полноту и правильность маркировки, наличие пороков и их допустимость. Валяную обувь делят на 1-й и 2-й сорта. Отнесение пары обуви к соответствующему сорту производят по худшей полупаре.

14.3. МАРКИРОВКА ОБУВНЫХ ТОВАРОВ

Кожаная обувь на каждой полупаре должна иметь маркировку с указанием: товарного знака предприятия-изготовителя, артикула (индекса); размера; полноты; сорта или знака «СТ»; номера контролера ОТК; обозначения НТД; цены пары обуви; даты выпуска (месяц и две последние цифры года).

Допускается по согласованию изготовителя с потребителем в отдельных видах обуви, в которых нанесение маркировочных обозначений затруднено, наносить их на ярлык, прикрепляемый к подкладке каждой полупары, или на другие детали.

Резиновая обувь имеет маркировку на каждой полупаре, нанесенную оттиском или несмываемой краской на геленочную часть подошвы (галоши клееные), на геленочную часть подошвы или каблук (ботинки и сапожки резиновые и резинотекстильные клееные, обувь с текстильным верхом и с резиновыми приформованными обсоюзками и подошвами), на геленочную часть подошвы или на резину голенища (сапоги формовые).

Данные маркировки: наименование или товарный знак предприятия-изготовителя; год и квартал изготовления (год – арабскими цифрами, квартал – точками); артикул, размер; цена 1-го и 2-го сортов; обозначение НТД.

На геленочную часть подошвы или на стельку галош несмываемой краской наносят обозначение сорта.

Валяная обувь на каждой полупаре должна иметь маркировку: на подметочной части подошвы – товарный знак предприятия-изготовителя, на носочной – номер браковщика, на геленочной – артикул, размер, цену, на пяточной – сорт. Маркировочные данные наносят краской.

Контрольные вопросы

1. Назовите основные материалы, использующиеся при производстве кожаной обуви.
2. Какие требования предъявляются к качеству кожаной обуви?
3. Определите процедуру проверки качества кожаной обуви.
4. Выявите признаки классификации резиновой и валяной обуви.
5. Опишите последовательность процессов при производстве валяной обуви.
6. Определите принципы маркировки кожаной, резиновой и валяной обуви.

Литература

1. *Иванов М.И. и др.* Товароведение обувных товаров. – М.: Экономика, 1990. – С. 14–28.
2. *Николаева М.А.* Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник для вузов. – М.: Норма, 1997. – С. 112–128.

Тема 15. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ ХОЗЯЙСТВЕННОГО И КУЛЬТУРНО-БЫТОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ

15.1. Галантерейные товары: ассортимент, экспертиза качества.

15.2. Хозяйственные товары: ассортимент, экспертиза качества.

15.1. ГАЛАНТЕРЕЙНЫЕ ТОВАРЫ

К галантерейным товарам относят разнообразные предметы личного туалета и домашнего обихода, украшения и др.

Ассортимент галантерейных товаров обычно делят на следующие группы: галантерея текстильная, металлическая, из пластических масс и поделочных материалов, кожаная, щеточные изделия и зеркала. Предусматриваются дальнейшее улучшение ассортимента галантерейных изделий с учетом перспективного направления моды и развития ассортимента одежды и обуви и повышение их потребительских свойств.

Материалы, применяемые для изготовления галантерейных товаров, должны быть огнестойкими и безвредными (не должны выделять токсических веществ), бритвы электрические должны иметь хорошую изоляцию токоведущих частей.

Галантерейные изделия должны в совершенстве выполнять различные функции (быть украшением, служить предметами туалета, шитья и рукоделия, обеспечивать хранение денег, бумаг и различных вещей и др.).

Галантерейные изделия должны быть удобны в пользовании (иметь удобную форму, конструкцию, соответствующие размеры, быть легкими и т.п.) и гигиеничны (иметь малую загрязняемость, легкость стирки, глажения).

Надежность галантерейных изделий характеризуется их долговечностью, сохраняемостью потребительских свойств при использовании и ремонтпригодностью.

К **текстильной галантерее** относят нитки, ленты, тесьму, шнуры, кружева, полотно кружевное и гардинное тюлевое, швейную галантерею, зонты.

Нитки различают по назначению, виду исходного сырья, количеству сложений, толщине и отделке. По назначению их делят на швейные, вышивальные, вязальные, штопальные. Швейные нитки по виду сырья подразделяют на хлопчатобумажные, из натурального шелка (шелка-сырца), вискозные, капроновые. По количеству сложений нитки бывают в два, три и более сложений. Толщину ниток обозначают условными номерами (от 00 до 120). По отделке нитки различают суровые, отваренные, отбеленные, крашеные, матовые, глянцевые. Выпускают их обычно на катушках, патронах и бобинах.

Лента – узкая полоса ткани с заработанными кромками (краями). Вырабатывают ее на лентоткацких станках преимущественно полотняным, саржевым, атласным, мелкоузорчатым, жаккардовым, ворсовым переплетениями. Ленты подразделяют по назначению (декоративно-отделочные, прикладные, одежно-вспомогательные), виду исходного сырья (хлопчатобумажные, шелковые, из искусственных нитей, капроновые и др.), отделке (суровые, пестротканые, отбеленные, гладкокрашеные и др.).

Тесьма – узкая полоса, полученная плетением на плетельных станках (нити идут по диагонали, перекрывая друг друга) или вязанием на уточно-вязальных машинах (вдоль тесьмы видны петельные столбики-цепочки). По назначению и виду исходного сырья тесьму делят аналогично лентам. По отделке бывает суровой, одноцветной и многоцветной.

Шнуры делят по назначению (отделочные, шторные, абажурные, хозяйственные, обувные), способу производства (плетеные, витые, вязаные), виду исходного сырья (хлопчатобумажные, шелковые, полушелковые), отделке (одноцветные и многоцветные).

Кружево – текстильное изделие ручной или машинной работы с ажурным рисунком, образованным переплетением нитей.

К *штучным изделиям* относят салфетки, воротнички, манжеты, вставки для белья и др.

К *швейной галантерее* относят кашне (мужское и женское, двойное и одинарное, женское одинарное может быть плиссированное), косынки, платки головные, карманные и абажурные, шарфы, шали, галстуки (из разнообразных тканей), помочи, подвязки (из эластичной ленты) и другие штучные изделия.

Зонты выпускают мужские, женские, детские, подростковые и прочие (зонт-тент, пляжный, для художников, солнцезащитный). Мужские и женские зонты бывают нескладными, складными, складными самоскладывающимися, складными полуавтоматами и автоматами, с куполом из тканей хлопчатобумажных и шелковых (из натурального шелка и синтетических). Детские и подростковые зонты изготавливают нескладными и складными (реже), с куполом из хлопчатобумажных и синтетических тканей.

К **металлической галантерее** относят ювелирную галантерею, предметы для бритья и стрижки волос, шитья и рукоделия, одеждуную фурнитуру, предметы туалета, для курения и домашнего обихода.

К *ювелирной галантерее* относят изделия для украшения: кольца, серьги, броши, колье, кулоны, медальоны, браслеты и др. К *предметам для бритья и стрижки волос* относят бритвы клинковые, аппараты для безопасных бритв, лезвия, бритвы электрические и механические, бритвенные приборы, машинки для стрижки волос.

К *предметам для шитья и рукоделия* относят иглы, спицы и крючки для вязания, наперстки. К *одежной фурнитуре* относят застежки-молнии, кнопки, крючки и петли. К *предметам туалета* относят булавки безопасные, бигуди (цилиндрические, бигуди-зажимы и бигуди-гребенки), шпильки (с концами закругленными или заточенными на конус и с шарообразными утолщениями) и зажимы для волос (без замка и с замком), запонки (на стойке с отгибающейся головкой и на цепочке), пудреницы (сумочные и туалетные), фены (для сушки и укладки волос), наборы маникюрные и педикюрные (переносные и настольные, обыкновенные и сувенирные, мужские, женские и детские) и др.

К *предметам для курения* относят портсигары, сигаретницы (отличаются меньшими размерами), пепельницы, спичечницы (футляр для спичечной коробки), зажигалки (газовые и бензиновые) и др.

К *предметам домашнего обихода* относят футляры для зубных щеток, рожки для обуви, кольца и зажимы для занавесей, подсвечники и др.

В группу **галантерейных товаров из пластических масс и поделочных материалов** входят одежда, фурнитура, украшения, предметы туалета, для рукоделия, курения и прочие. Изготавливают преимущественно из пластических масс, реже – из поделочных материалов (древесины, кости поделочной, рога, перламутра, стекла и др.).

К *одежной фурнитуре* относят пуговицы, пряжки и др. Пуговицы подразделяют по назначению, материалу, форме и конструкции, отделке, размерам. По назначению их выпускают для верхней одежды (мужской, женской и детской) и белья (нательного и постельного). По материалу пуговицы бывают из органического стекла, полистирола, аминопластов, древесины, кости, перламутра, стекла и др.

По форме пуговицы могут быть круглыми, прямоугольными, овальными и др., а по конструкции – с отверстиями или ушком. По отделке пуговицы изготавливают гладкие, полированные, с рисунком от формы, с тиснением фольгой, с декоративным покрытием, с разрисовкой люстром и др. Размеры пуговиц обозначают по верхнему диаметру или длине (в миллиметрах).

Пряжки выпускают обычно пластмассовыми различной формы, цельными и составными, без отделки или с покрытием металлическим, декоративным и др.

К *предметам туалета* относятся гребни женские и детские, гигиенические (частые), расчески (мужские, женские и детские), гребни-заколки, ободки, бигуди, мыльницы, пудреницы, футляры для зубных щеток, коробки туалетные, шкатулки и др.

Расчески различают мужские, женские и детские.

К *предметам украшения* относят серьги, броши, браслеты, бусы. Серьги, броши, браслеты разнообразны по форме и конструкции, бывают полированными, с гравировкой и без отделки. Бусы – одно-, двух- и трехниточные украшения с бусинами различной формы и размеров.

Предметы для рукоделия – это приборы для штопки (в форме грибка или коробочки со сферической крышкой и футляром для иглолок) и шитья (игольницы), наперстки, пальцы для вышивания, крючки для вязания и др. К *предметам для курения* относят пепельницы настольные разной формы, портсигары, мундштуки (квадратные, многогранные, с камерой и антеникотинным патроном и т.д.) и др. К *предметам прочим* относят очки солнцезащитные, футляры для очков, рожки для обуви, клеенку столовую и др.

К **кожаной галантерее** относят товары для ношения и хранения различных предметов личного обихода, перчатки и рукавицы, ремни поясные и для часов.

Основными материалами для изготовления кожаной галантереи служат кожа натуральная, искусственная, синтетическая, пленки, ткани, нетканые материалы, картон и др.

К *товарам для ношения и хранения* различных предметов личного обихода относят сумки, портфели, папки, бумажники, портмоне и кошельки, обложки, чемоданы, несессеры, портпледы и др.

Несессеры – наборы предметов туалета в футлярах. Различают несессеры дорожные (один или два флакона одеколона и духов, футляр для зубной щетки, мыльница, коробка для пудры и зубного порошка, расческа, зеркало, щетка), бритвенные (аппарат для безопасной бритвы, коробочки для лезвий, кисти для бритья) и маникюрные (ножницы с прямыми и овальными лезвиями, щипцы заусенечные, кусачки ногтевые, пилочка и др.). Портпледы – изделия для перевозки постельных принадлежностей (опоясываются двумя ремнями).

Перчатки и рукавицы шьют из перчаточных кож, на подкладке и без нее. Различают перчатки мужские и женские, рукавицы – мужские, женские, подростковые и детские. Размер перчаток и рукавиц определяется длиной обхвата кисти правой руки на уровне пятого пястно-фалангового сочленения, выраженной в сантиметрах, и округляется до целого числа.

Ремни поясные выпускают мужские (брючные, спортивные, молодежные, шубные), женские и детские (цельнокроеные и составные, на подкладке и без нее), прямоугольные и фигурные. *Ремни для часов* (наручных и карманных) бывают цельнокроеными, составными, с подкладкой и без нее, с напульсниками и без них.

К **щеточным изделиям** относят щетки различного назначения (обувные, одежные, туалетные, головные, для укладки волос, зубные, для мытья рук и др.). щеточные гарнитуры и наборы, кисти для бритья.

Для изготовления щеточных изделий используют щетину свиную и синтетическую (обычно капроновую), волос конский и коровий, барсука (для высококачественных кистей для бритья). Колодку щеток изготавливают из древесины или пластмассы.

Обувные щетки обычно изготавливают из мягкого конского или коровьего волоса или из смеси волос конского или коровьего и щетины синтетической, высотой рабочей части кустов 25 мм. Одежные щетки вырабатывают преимущественно из жесткой свиной щетины или из смеси щетины свиной и синтетической, высотой рабочей части кустов 21 мм. Туалетные щетки бывают из щетины свиной или синтетической, с фигурной ручкой и без нее, высотой рабочей части кустов 16,17 и 20 мм. Головные щетки могут быть из щетины свиной или синтетической или из смеси щетины свиной и капроновой (в соотношении 1:1), высотой рабочей части кустов 20 мм. У головных щеток диаметр кустов несколько больше, чем у туалетных. Щетки для укладки волос изготавливают из смеси щетины свиной и капроновой (в соотношении 1:1), высотой 12 мм. Зубные щетки вырабатывают из щетины свиной отбеленной или синтетической, с прямолинейной или фигурной подстрижкой кустов, с колодкой из пластмассы. Различают их по количеству кустов, виду пластмассы колодки и длине ручки (в миллиметрах).

Щетки для мытья рук выпускают из щетины свиной, с одно- и двусторонней наборкой кустов, высотой рабочей части 12 мм.

Зеркала представляют собой бесцветное листовое стекло, полированное или неполированное, одна из поверхностей которого покрыта тонким слоем металла (серебра или алюминия). Для надежности на металлический слой зеркал наносят защитное покрытие (пленку из эпоксидных, нитро-эпоксидных эмалей и др.). Края зеркала могут быть гладкими или скошенными (с фасетом). Фасет бывает гладким и фигурным (граненым) – алмазные лунки. Зеркала оформляют в рамы, окантовывают пластмассой и др.

По форме зеркала бывают прямоугольными, круглыми, овальными, фигурными. Размеры зеркал обозначают по длине и ширине или диаметру (в сантиметрах).

Экспертиза качества. Галантерейные изделия должны соответствовать утвержденному образцу-эталону и требованиям, установленным нормативно-технической документацией. Галантерейные изделия должны обладать комплексом потребительских свойств: в совершенстве выполнять основные функции, быть удобными в потреблении, гигиеничными и надежными. Галантерейные изделия должны иметь рациональную форму.

На торговых предприятиях проверяют правильность упаковки, четкость и полноту маркировки товаров. Внешним осмотром изделий выявляют дефекты и устанавливают их допустимость нормативно-технической документации.

Изделия текстильной галантереи, за исключением ниток (вышивальных, вязальных, штопальных), лент, тесьмы, шнуров и зонтов, а также изделия кожаной галантереи, за исключением ремней для часов, в зависимости от дефектов внешнего вида делят на 1-й и 2-й сорта.

15.2. ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ: АССОРТИМЕНТ, ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА

К группе культтоваров (товары культурно-бытового назначения) относят товары радиоэлектронные (радиотовары), музыкальные, фотокинотовары, товары для спорта, туризма и рыбной ловли, бумагу, картон и изделия из них, школьно-письменные и канцелярские, игрушки и елочные украшения и др.

К **радиоэлектронным товарам** относят элементы радиоэлектронной аппаратуры и радиоэлектронную аппаратуру.

К элементам радиоэлектронной аппаратуры относят детали (радиодетали), антенны, электровакуумные приборы, полупроводниковые приборы, электроакустические устройства, химические источники тока и др. Основными радиодетальями являются конденсаторы, резисторы, катушки индуктивности, трансформаторы и др.

Безопасность использования радиоэлектронной аппаратуры определяется эффективностью действия защитных устройств, огнестойкостью, электрической прочностью изоляции, уровнем токсичности конструкции и отделочных материалов и другими требованиями, установленными стандартами.

Функциональные свойства радиоэлектронной аппаратуры характеризуются основными параметрами – целесообразностью использования устройств и их полезностью. Эргономические свойства радиоэлектронной аппаратуры характеризуют легкость освоения, удобство установки, управления процессом использования, присоединения других устройств, степень загрязняемости и

очищаемости. Радиоэлектронная аппаратура должна быть безотказной в работе, долговечной и ремонтпригодной. Она должна украшать жилище.

К телевизионной аппаратуре относят телевизионные приемники (телевизоры). Различают их по цвету изображения (черно-белое и цветное), источнику питания (от сети переменного тока и универсальные), типу использования активных элементов (на полупроводниковых приборах, на полупроводниковых интегральных микросхемах, на лампах и полупроводниковых приборах), условиям использования (стационарные с размером экрана по диагонали не менее 50 см и переносные с размером экрана не более 45 см), наименованиям. К аппаратуре для записи и воспроизведения звука и изображения относят электрофоны, электропроигрыватели, магнитофоны, магнитофоны-приставки и видеоманитофоны.

Электрофоны предназначены для электроакустического воспроизведения механической звукозаписи с грампластинок. Магнитофоны служат для магнитной записи звука (обычно на магнитную ленту) и его воспроизведения.

К комбинированной аппаратуре относят радиолы, магнитолы, магниторадиолы, стереофонические комплексы (стереокомплексы) и др.

Элементы и устройства радиоэлектронной аппаратуры должны изготавливаться в соответствии с требованиями нормативно-технической документации. Устройства по внешнему виду и качеству исполнения должны соответствовать образцам, утвержденным в установленном порядке для каждой группы сложности.

На торговых предприятиях проверяют целостность упаковки, наличие сопроводительной документации, пломбы и комплектность устройств, качество корпуса и работоспособность изделий.

К **музыкальным товарам** относят музыкальные инструменты; узлы, детали и принадлежности к ним; граммофонные пластинки.

Музыкальные инструменты предназначены для извлечения музыкальных звуков и воспроизведения ритмических шумов. Применяют музыкальные инструменты для сольного и группового исполнения музыки. Каждый музыкальный инструмент обладает особым тембром (окраской) звучания и определенным диапазоном звуков.

Музыкальные инструменты подразделяют по источнику звука и способу его извлечения. По источнику звука различают музыкальные инструменты струнные, язычковые, духовые, ударные и электромузыкальные. Струнные музыкальные инструменты по способу извлечения звука делят на щипковые, смычковые и клавишные.

Музыкальные инструменты должны быть изготовлены в соответствии с требованиями нормативно-технической документации, по рабочим чертежам и образцам-эталонам, утвержденным в установленном порядке. На торговых предприятиях инструменты подвергают тщательному осмотру и проверке качества звучания.

Фотокинотовары предназначены для получения черно-белых и цветных фотографий, кинофильмов, диапозитивов. К ним относят фотографические аппараты (фотоаппараты), киносъёмочные аппараты (киноаппараты), кинопроекторные аппараты (кинопроекторы), светочувствительные (фотографические) материалы, фотохимические материалы (фотохимикаты), фотопринадлежности, лабораторное и монтажное оборудование, диапроекторные аппараты.

Фотоаппараты, киноаппараты, кинопроекторы и другие изделия не должны иметь острых углов, должны иметь прочную изоляцию, эффективное действие защитных устройств и др. Фотохимикаты не должны быть токсичными. Фото- и киноаппараты должны обеспечивать высококачественное изображение снимаемого объекта и любительского кинофильма. Светочувствительные материалы должны быть пригодны для определенного фотопроцесса, для использования при определенном освещении и т.д.

Эргономические свойства фотокинотоваров обусловлены удобством пользования ими. Надежность использования фото- и киноаппаратов, кинопроекторов и других характеризует сохранение ими основных параметров в процессе работы.

Фотоаппараты подразделяют по назначению, маркам, формату кадра (в мм) степени автоматизации. По назначению фотоаппараты различают общего назначения и специального (для репродукционных работ, фотоохоты, одноступенчатого процесса).

К фотографическим материалам относят фотографические пленки (фотопленки), кинопленки, пластинки (фотопластинки), бумагу (фотобумагу). Фотопленки имеют основу триацетатцеллюлозную. Различают их по цвету изображения и назначению. По цвету изображения фотопленки выпускают черно-белые и цветные; по назначению – негативные, позитивные и обращаемые.

Фотокинотовары должны изготавливаться в соответствии с требованиями нормативно-технической документации. На торговых предприятиях проверяют сопроводительную документацию, комплектность, четкость и полноту маркировки, целостность и тщательность упаковки (светочувствительных материалов и химикатов), осматривают каждый съемочный и проекционный аппарат.

Товары для спорта и туризма должны обладать высокими потребительскими свойствами. Они должны быть безопасными в пользовании, предотвращать физические травмы. Эти товары должны в совершенстве выполнять основные функции, быть удобными в потреблении, иметь малую загрязняемость, легкость чистки.

Товары для спорта и туризма должны быть надежными в использовании. Они должны обеспечивать безотказность и долговечность в применении, хорошую сохраняемость и быть ремонтпригодными.

Форма изделий должна быть рациональной, производственное исполнение – совершенным, внешнее оформление – красивым.

Контрольные вопросы

1. На какие группы подразделяется ассортимент галантерейных товаров?
2. Определите параметры надежности галантерейных товаров.
3. Определите процедуру проверки качества галантерейных товаров.
4. Перечислите изделия, относящиеся к товарам культурно-бытового назначения.
5. Какие изделия относятся к музыкальным товарам?
6. Сформулируйте требования, предъявляемые к качеству товаров для спорта и туризма.

Литература

1. *Красовский П.А. и др.* Товар и его экспертиза. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – С. 202–204.
2. *Теплов В.И. и др.* Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2001. – С. 157–170.
3. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник / Под общ. ред. В.В. Шевченко. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 58–61.

Тема 16. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА КАНЦЕЛЯРСКИХ И ШКОЛЬНО-ПИСЬМЕННЫХ ТОВАРОВ

- 16.1. Ассортимент бумаги, картона и изделий из них.
- 16.2. Школьно-письменные и канцелярские товары, средства оргтехники.

16.1. АССОРТИМЕНТ БУМАГИ, КАРТОНА И ИЗДЕЛИЙ ИЗ НИХ

Бумага – материал, состоящий преимущественно из растительных волокон, связанных между собой силами поверхностного сцепления. В этом материале могут содержаться проклеивающие вещества, минеральные наполнители, химические и натуральные волокна, пигменты и красители.

Масса 1 м² бумаги – до 250 г. Картон – материал с массой 1 м² более 250 г.

К изделиям из бумаги и картона относят тетради, дневники школьные, альбомы, блокноты и др.

Бумагу по назначению различают для печати, декоративную, для письма, машинописи, черчения, рисования и др. Бумага для печати предназначена для печатания издательской и изобразительной продукции. К ней относится бумага газетная, иллюстрационная, картографическая, документная, тетрадная, обложечная, афишная, этикеточная и др.

Бумага декоративная имеет окрашенную гладкую крепированную поверхность или поверхность, имитирующую бархат, мрамор, кожу, полотно. Бумага для письма (писчая) бывает клееная, средне-зольная, каландрированная. Различают бумагу цветную, тетрадную (с ограниченной гладкостью, с нормируемой непрозрачностью, для изготовления школьных тетрадей), почтовую (различных тонов, иногда линованную, для почтовой корреспонденции). Бумага для машинописи (машинописная) бывает слабоклееной машинной (пропущенная через каландр бумагоделательной

машины) или односторонней гладкости (пропущенная через лоцильный цилиндр для получения повышенной гладкости с одной стороны). Предназначена для печатания на пишущей машинке.

Бумага чертежная выпускается машинного и ручного отлива. Бумага машинного отлива высококлееная, с прочной поверхностью, машинной гладкости; используют для всех видов чертежных работ и рисования акварелью. Бумага ручного отлива – ватман. Отличается большим сопротивлением к истиранию и шероховатой поверхностью; применяют для черчения и рисования.

Бумага рисовальная представляет собой прочную высококлееную бумагу с гладкой или шероховатой поверхностью для рисования карандашом, тушью или акварелью.

Картон вырабатывают тарный и упаковочный, для полиграфического производства и др.

К изделиям из бумаги и картона относят тетради, дневники школьные, альбомы, блокноты, записные книжки, книги для записей, папки, санитарно-гигиенические изделия и др. Тетради различают ученические (школьные), общие, для рисования, эскизов, заметок, записи слов, нот.

К санитарно-гигиеническим изделиям относят салфетки бумажные (столовые одно- и трехслойные, дорожные, косметические), скатерти, полотенца бумажные в рулонах и листовые, платки носовые, подгузники и пеленки детские и др.

Бумага, картон и изделия из них должны изготавливаться в соответствии с требованиями нормативно-технической документации и образцов, утвержденных в установленном порядке. Они должны обладать высокими потребительскими свойствами, отвечать современным требованиям.

На торговых предприятиях качество бумаги, картона и изделий из них проверяют органолептически. Особое внимание уделяется проверке правильности упаковки, ее сохранности, выявляют наличие следов подмочки пачек, кип, ящиков. Внешним осмотром определяют соответствие бумаги, картона и изделий из них требованиям нормативно-технической документации и образцам-эталонам. При обнаружении пороков устанавливают их допустимость и сорт (если стандарт предусматривает деление на сорта).

16.2. ШКОЛЬНО-ПИСЬМЕННЫЕ И КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ, СРЕДСТВА ОРГТЕХНИКИ

К школьно-письменным товарам относят принадлежности для письма (условно, так как их можно отнести к товарам канцелярским), черчения и рисования, школьные товары.

Принадлежности для письма включают карандаши, фломастеры, ручки, перья, чернила, тушь, пишущие узлы и баллоны для чернил и др.

Карандаши выпускают в оболочке из древесины (в которой заключен пишущий стержень) и в корпусе из пластмасс (механические). Карандаши в оболочке из древесины подразделяют по характеру пишущего стержня (чернографитные, копировальные, цветные), назначению (школьные, чертежные, рисовальные, канцелярские), степени твердости (М – мягкие, Т – твердые, ТМ и СТ – средней твердости; цифра, стоящая рядом с буквой, характеризует степень твердости или мягкости стержня), форме (круглые, граненые), торговым наименованиям («Пионер», «Деловой», «Конструктор», «Эскиз», «Орион» и др.).

Карандаши механические (пишущий стержень сменный и может перемещаться вдоль оси карандаша) бывают цанговые (с выходным зажимом – цангой или с дозированной подачей стержня) и винтовые (стержень перемещается вращением головки корпуса).

Фломастеры представляют собой пластмассовый корпус с крышкой, внутри которого находится тампон со специальными чернилами (цвет которых соответствует цвету корпуса), и капиллярно-пористый стержень (в основании). Применяют их для письма и рисования.

Ручки выпускают школьные (ученические), канцелярские и автоматические.

Перьевые автоматические ручки обеспечивают автоматическую подачу чернил к перу. Бывают с вакуумно-пипеточным пишущим узлом, с поршневым наборным узлом и со сменными баллонами для чернил; с пером открытым, полузакрытым, закрытым; по сроку службы – трех классов (I, II, III).

Шариковые автоматические ручки изготавливают со сменными пишущими узлами (малого или большого объема), заряженными специальной пастой. Различают шариковые автоматические ручки одноцветные с неподвижным пишущим узлом, одноцветные с выдвижным пишущим узлом и многоцветные, по сроку службы – двух классов (I, II).

В продажу автоматические ручки могут поступать в виде наборов.

Чернила выпускают канцелярские (жидкие и сухие – порошки, таблетки) и для автоматических ручек («Радуга-2»). Тушь вырабатывают обыкновенную и морозостойкую, черную и цветную;

используют для письма, черчения и рисования. Пишущие узлы выпускают малого и большого объемов для автоматических шариковых ручек. Баллоны для чернил к авторучкам делают из прозрачной пластической массы, заполняют чернилами для авторучек и упаковывают в блоки по 8 шт.

К принадлежностям для черчения относят чертежные инструменты, готовальни, чертежные доски и столы, линейки, рейсшины, угольники, лекала и др.

Чертежные инструменты – это штучные изделия для черчения, поступающие в продажу. Основные из них – циркули, кронциркули, рейсфедеры, ручки-удлинители, ножки – карандашная и игольная и др. Готовальни – наборы чертежные (НЧ) в специальных футлярах.

Чертежные доски представляют собой щиты различной конструкции; чертежный стол – это чертежная доска с приспособлением для ее укрепления на определенной высоте и под заданным углом. Линейки бывают чертежные, справочные металлические, канцелярские. Рейсшина – чертежная линейка с поперечной головкой (обычно поворотной) на одном из концов.

Угольники выпускают для работы карандашом и для работы карандашом и тушью. Различают их по величине углов при вершинах. Лекало – чертежное изделие из пластмасс и древесины, различной формы, для проведения или проверки кривых линий.

К принадлежностям для рисования относят краски и кисти для рисования, масла, лаки, разбавители и др. Краски выпускают масляные, акварельные, гуашевые, темперные, пастель и др.

Кисти для рисования подразделяют по виду применяемого сырья (беличьи, колонковые, лисьи, щетинные и др., из синтетического волокна), форме пучка (круглые и плоские), назначению (живописные, живописные для художников, оформительские, ученические и др.), номерам, длине ручки (с обыкновенной, укороченной и удлиненной).

Школьные товары представлены пеналами, точилками для карандашей, резиной для стирания чернил и карандаша, счетными палочками, мелками школьными и др.

К канцелярским товарам относят штемпельные подушки и краски, дыроколы, скрепки, кнопки, клей, сургуч и др. К средствам оргтехники относят вычислительные и пишущие машины, логарифмические линейки.

К вычислительным машинам относят вычислительные клавишные машины и микрокалькуляторы. Микрокалькуляторы – миниатюрные электронно-вычислительные машины, используемые для простых и сложных численных расчетов.

Пишущие машины служат для печатания на бумаге текстовых, цифровых и табличных материалов. Выпускают пишущие машины портативные механические, канцелярские механические и электромеханические.

Товары школьно-письменные, канцелярские и средства оргтехники должны соответствовать требованиям нормативно-технической документации и образцам, утвержденным в установленном порядке. Они должны быть безопасными и безвредными, в совершенстве выполнять основные функции, быть удобными в пользовании, иметь малую загрязняемость, легкость чистки, быть надежными и современными.

На торговых предприятиях внешним осмотром проверяют правильность и целостность упаковки, комплектность, правильность и полноту маркировки, соответствие товаров требованиям НТД. При контроле качества средств оргтехники обращают внимание на легкость работы механизмов, на четкость изображения цифр, сигналов, удобство пользования ими, тщательность отделки.

Контрольные вопросы

1. Определите ассортимент бумаги, картона и изделий из них.
2. Какие товары относятся к изделиям из бумаги и картона?
3. Перечислите требования, предъявляемые к качеству изделий из бумаги и картона.
4. Какие требования предъявляются к качеству канцелярских товаров?

Литература

1. *Теплов В.И. и др.* Коммерческое товароведение. – М.: ИД «Дашков и К», 2001. – С. 202–212.
2. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник / Под общ. ред. В.В. Шевченко. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 317–322.

Тема 17. АССОРТИМЕНТ, КАЧЕСТВО И ЭКСПЕРТИЗА ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ И ЮВЕЛИРНЫХ ТОВАРОВ

17.1. Ассортимент и показатели качества парфюмерных товаров.

17.2. Ассортимент и экспертиза качества ювелирных товаров.

17.1. АССОРТИМЕНТ И ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ

Парфюмерными называют изделия, используемые для ароматизации кожи, волос, одежды и в качестве гигиенических и освежающих средств. К ним относят духи, одеколоны, туалетную воду, парфюмерные наборы. Они представляют собой спиртовые (или спиртоводные) растворы душистых веществ.

Для производства парфюмерных изделий используют спирт этиловый (винный), душистые вещества с характерным запахом – натуральные (растительного и животного происхождения) и синтетические, иногда красители и вспомогательные вещества.

К натуральным душистым веществам растительного происхождения относятся эфирные масла (летучие жидкости сложного состава), получаемые из цветов, листьев, плодов (розовое, кориандровое, лавандовое, мятное, лимонное и т.п.), и бальзамы (ароматические смолы, извлекаемые из надрезов некоторых растений).

К натуральным душистым веществам животного происхождения относят амбру (воскообразное вещество серого цвета, выделяемое кашалотами), мускус (продукт выделения мускусных желез кабарги-самца), бобровую струю (продукт выделения особых желез речного бобра) и др.

Синтетические душистые вещества получают путем сложных химических процессов. Они могут иметь запах цветов, листьев, плодов и фантазийный.

В процессе производства формируются потребительские свойства парфюмерных изделий. Состоит оно из приготовления композиции (смеси душистых веществ), получения парфюмерной жидкости (растворение композиции в спирте, добавление воды, иногда красителей) и выдерживания ее в течение определенного срока (для получения нужного запаха), фильтрования, разлива, укупорки, оформления и упаковки изделий.

Духи содержат душистые вещества, характеризуются стойкостью запаха и применяются для ароматизации волос и одежды. Духи, напоминающие запах цветов, зелени, травы и т.п., называют цветочными, а духи с запахом, созданным творческой фантазией парфюмера, – фантазийными. В зависимости от содержания душистых веществ духи делят на группы: экстра, А, Б, В.

Одеколоны, в отличие от духов, содержат меньше душистых веществ и используются как гигиенические, освежающие и ароматизирующие вещества. Изготавливают их с цветочным запахом или фантазийным. По качеству одеколоны подразделяют на группы: экстра, А, Б, В.

Туалетная вода отличается от одеколona меньшим содержанием душистых веществ и меньшей крепостью спирта, применяется как гигиеническое и освежающее средство. Она может быть с цветочным запахом и фантазийным.

К косметическим товарам относят средства для ухода за кожей, волосами, зубами, декоративную косметику, разные косметические средства и наборы.

В производстве косметических изделий используют животные жиры (кашалотовый), растительные масла (миндальное, персиковое, касторовое и др.), воск пчелиный и животный (ланолин), продукты переработки нефти (церезин, вазелин и др.), душистые вещества, экстракты лечебных трав, пчелиный мед, витамины и другие полезные вещества.

К средствам для ухода за кожей относят кремы, лосьоны, пудру.

Кремы предназначены для очистки, питания, массажа, защиты кожи.

Различают кремы жировые и эмульсионные. Жировые кремы состоят из жировой основы и специальных добавок (в последнее время их почти не вырабатывают); эмульсионные содержат жиры, воду, жиро- и водорастворимые биологически активные вещества (витамины, экстракты лечебных трав и др.). Эти кремы питают и увлажняют кожу (предупреждают преждевременное увядание кожи). Эмульсионные кремы бывают густые и жидкие (с повышенным содержанием воды).

Лосьоны очищают и смягчают кожу. Это водно-спиртовой раствор различных активных веществ (органических кислот, витаминов, соков, настоев лекарственных трав и др.). Кремы и лосьоны используют для бритья и ухода за кожей после бритья.

Кремы для бритья применяют для смягчения и увлажнения кожи перед бритьем. Многие кремы содержат специальные добавки для устранения раздражения кожи. Кремы и лосьоны после бритья предназначены для дезинфицирования, освежения и смягчения кожи, а также для устранения раздражения и для заживления мелких порезов.

Пудра обычно состоит из смеси тонко измельченного талька, каолина, кукурузного крахмала, красителей, душистых веществ. В состав пудры могут входить и другие компоненты. Основное функциональное назначение пудры – защита кожи лица от пыли, ветра, солнечных лучей и других внешних воздействий, вспомогательное – декоративное средство.

Вырабатывают пудру порошкообразную, компактную, крем-пудру для нормальной, сухой и жирной кожи лица. Порошкообразную пудру различают по цвету (белая, розовая, рашель, цвета загара). Компактную пудру изготавливают прессованием из тонкоизмельченных материалов со связующими веществами. Крем-пудра содержит питательные вещества и обладает свойствами крема и пудры; питает, смягчает и защищает кожу (целесообразно применять для сухой кожи).

К средствам для ухода за волосами относят средства для мытья, кремы, краски, лаки для волос и др. Шампуни содержат поверхностно-активные вещества, жировые добавки, питательные вещества, иногда красители, парфюмерные отдушки и др. Различают шампуни для мытья нормальных, сухих или жирных волос. Шампуни с красителями придают волосам нужный оттенок. Шампуни для детей изготавливают на основе мягкого моющего вещества.

Краски для волос бывают естественные и искусственные. Лаки для волос служат для закрепления прически. К средствам для ухода за зубами относят зубные порошки, пасты, эликсиры. Зубные порошки содержат химически осажденный мел, эфирные масла и другие вещества. Зубные пасты состоят из мела, глицерина, мятного масла, парфюмерной отдушки, полезных добавок (настоев лекарственных растений, фтористых соединений и др.). Пасты с полезными добавками являются лечебно-профилактическими.

Декоративная косметика используется для маскировки недостатков или подчеркивания отдельных черт лица. К ней относят губную помаду (гигиеническую и декоративную), блеск для губ (одновременно питает и смягчает губы), карандаши для бровей (черного, коричневого и серого цветов), краски для бровей и ресниц (черного и коричневого цветов), тушь для ресниц (для окраски, удлинения и утолщения ресниц), тени для век (сухие и жирные), румяна (жирные), карандаши для лица маскирующие (различных оттенков), средства ухода за ногтями (лаки жидкие и лак-паста, жидкости для снятия лака).

К разным косметическим средствам относят вазелин и глицерин, дезодоранты для тела, средства от загара и для загара и др.

Парфюмерно-косметические товары должны быть изготовлены в соответствии с требованиями ГОСТов и соответствовать основному функциональному назначению. Содержание спирта, душистых и других веществ должно быть не ниже норм, установленных нормативно-технической документацией. Стойкость запаха должна соответствовать установленным нормам, а запах – эталонам. Изделия должны обладать высокими эстетическими свойствами.

На торговых предприятиях проверяют правильность и целостность упаковки, выявляют дефекты в изделиях и устанавливают их годность. Изделия парфюмерные и косметические на сорта не делят.

Парфюмерные изделия маркируют наклеиванием на флаконы художественно оформленных этикеток, на которых указывают товарный знак или наименование предприятия-изготовителя и его местонахождение, наименование изделия, группу изделия, месяц и год выработки, цену, стандарт.

Наименование изделия наносят на лицевую сторону этикетки, остальные данные допускается указывать на оборотной стороне, футляре или на дне коробки. На этикетках небольшого размера (10–15 мм) и с печатью из фольги допускается указывать только товарный знак предприятия-изготовителя, наименование изделия и цену.

Косметические изделия маркируют наклеиванием художественно оформленной этикетки на флаконы и банки или нанесением маркировки непосредственно на упаковку изделия (на тубу, корпус, крышку и т.п.).

В маркировке должны быть указаны товарный знак или наименование предприятия-изготовителя, наименование изделия, дата выработки, цена, обозначение стандарта. Дополнительно каждое косметическое изделие должно иметь четкое и полное описание его назначения и способа применения (за исключением тех, где это определяется наименованием изделия).

Туалетное мыло получают на основе натуральных и синтетических жирных кислот с добавлением парфюмерной отдушки, красителей и других веществ. Оно имеет хорошую

растворимость в холодной и горячей воде, повышенную пенообразующую способность и приятный запах.

Различают туалетное мыло по назначению, консистенции, форме куска, массе, характеру упаковки. По назначению мыло делят на обычное, специальное и детское.

Обычное мыло бывает с цветочной отдушкой и с фантазийной. К специальному мылу относят «Сульсеновое», содержащее 2,5% сульсена, «Ланолиновое» – 2% ланолина, «Лесное» – с хвойно-хлорофилло-каротиновой пастой. В группу детского мыла входят «Детское» (содержит борную кислоту и ланолин) и «Тик-так» (натуральные экстракты календулы, чабреца, каштана и провитамин А).

В зависимости от консистенции мыло делят на твердое (кусковое) и жидкое. По форме куска мыло может быть прямоугольным, круглым, овальным, фигурным. Масса куска мыла составляет от 20 до 200 г. По характеру упаковки твердое мыло бывает открытым (без обертки) и закрытым (в обертке). Жидкое мыло выпускают во флаконах с винтовым колпачком. На сорта туалетное мыло не делят.

Маркировку на туалетное мыло наносят на кусок, обертку, коробку и этикетку флакона с указанием товарного знака предприятия-изготовителя, наименования мыла, добавки, массы.

17.2. АССОРТИМЕНТ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

К ювелирным товарам относят изделия, изготовленные из драгоценных металлов и камней, а также из некоторых других материалов высокохудожественной обработки. К основным драгоценным (благородным) металлам относят золото, серебро и платину.

Термин «драгоценные металлы» имеет промышленное и торговое значение, а в науке эти металлы называют благородными из-за их высокой химической стойкости и устойчивости к окислению. Драгоценные металлы сравнительно мягкие и легко поддаются механическому воздействию, поэтому для производства ювелирных изделий их применяют в виде сплавов с другими металлами.

Содержание драгоценного металла в сплаве выражают пробой. В нашей стране действует метрическая система проб, показывающая содержание золота, серебра и платины в 1000 частей (по массе) сплава.

Для изготовления золотых ювелирных изделий обычно применяют тройные сплавы золота, серебра и меди, имеющие желтый цвет. Прибавка серебра придает золоту бледные, зеленые и почти белые цвета, а меди – желто-красные. Для производства серебряных ювелирных изделий чаще всего используют серебряно-медные сплавы. Сплавы платины белые, применяют их для приготовления оправы (каста) колец и серег при креплении бриллиантов.

У нас в стране установлены следующие метрические пробы для ювелирных изделий: золотых – 375, 500, 583, 750 и 958-я; серебряных – 750, 800, 875 и 916-я.

Все изделия из драгоценных металлов, изготовленные в нашей стране, должны соответствовать одной из узаконенных проб и иметь пробирное клеймо, поставленное Инспекцией пробирного надзора Министерства финансов РФ.

Для украшения ювелирных изделий используют камни драгоценные (самоцветы), поделочные (нефрит, лазурит, орлец, малахит, агат, оникс, флюорит и др.), органического происхождения (жемчуг, коралл, янтарь), синтетические (фианит, рубин, александрит и др.).

Единицей массы драгоценных камней является карат, равный 200 мг, остальных камней – грамм. Драгоценные камни, используемые для ювелирных изделий, бесцветные или красивого цвета, большинство из них отличается блеском, прозрачностью, сильным светорассеянием, высокой твердостью, способностью принимать огранку (различные по форме и размеру грани).

Для придания ювелирным камням наибольшего блеска и игры света их подвергают огранке. Виды огранки разнообразны. Основные из них: розой (боковая поверхность камня состоит из треугольных граней); ступенчатая (грани расположены рядами в виде ступеней); бриллиантовая (грани в большом количестве и максимально выявляют блеск и игру камня); кабошоном (камень в верхней части имеет выпуклую поверхность).

Для украшения ювелирных изделий применяют разнообразные виды отделок: полировку, гравировку, чернение, художественное эмалирование, скань. Скань – ажурный или напаянный на металлический фон узор из тонкой золотой или серебряной проволоки, гладкой или крученой.

После отделки в изделиях закрепляют камни. От качества закрепления зависит красота камней. В ювелирных изделиях наиболее распространены следующие закрепки камней: крапановая, гризантная, корнерная, гладкая (глухая).

При крапановой закрежке камень зажимается в лапках – крапанах. При гризантной закрежке камень обжимается верхней частью оправы с насечкой (гризантом). Корнерная закрежка применяется для мелких драгоценных камней, которые устанавливают в высверленные отверстия изделия и закрепляют корнерами (частицами металла). При гладкой закрежке камень крепится сплошным верхним краем ободка без зазора.

К ювелирным товарам относят изделия для украшения, предметы туалета, принадлежности для часов, предметы сервировки стола и быта, принадлежности для курения. Изделия для украшения – это кольца, серьги, броши, колье, кулоны, медальоны, цепочки, бусы (ожерелья) и др. Эти украшения продаются отдельно и гарнитурами (наборы разных по назначению украшений, имеющих единое художественное оформление).

Кольца, серьги, броши, колье, кулоны, медальоны изготавливают из золота, серебра и платины без камней или с использованием различных камней – драгоценных, поделочных, органического происхождения и синтетических. Отделка этих изделий самая разнообразная.

Цепочки применяют для ношения колье, кулонов, медальонов и как самостоятельное украшение. По форме звеньев цепочки бывают якорные (звенья расположены во взаимно перпендикулярных плоскостях), панцирные (звенья имеют форму слегка изогнутого овала), витые и фантазийные. Цепочки делают из золота, серебра и платины.

Бусы состоят из отдельных бусин естественной (природной) формы или формы, приданной обработкой (бочкообразные, шарообразные, многогранные, пластинчатые и др.), нитки и замка. Изготавливают бусы из драгоценных и поделочных камней, жемчуга, янтаря, кораллов.

К принадлежностям туалета относят запонки, зажимы для галстуков, пудреницы и др. Запонки и зажимы для галстуков выпускают разных фасонов и размеров. Вырабатывают их из золота, серебра и других сплавов металлов. Отделывают эти изделия эмалью, чернением, гравировкой, золочением, серебрением и др. Запонки и зажимы для галстуков могут иметь украшения из различных камней.

Пудреницы различают сумочные и настольные. Пудреницы сумочные бывают круглые, овальные, квадратные, фигурные и др. Вырабатывают их из серебра, мельхиора и других сплавов металлов. Отделка пудрениц сумочных самая разнообразная: золочение, серебрение, гравировка, чеканка, эмаль, вставка на крышке из поделочных камней и др. Настольные пудреницы обычно круглые или овальные. Изготавливают их из металла, фарфора, фаянса и других материалов. Они имеют художественную отделку.

Из принадлежностей для часов поступают в продажу только браслеты, которые различны по конструкции. Изготавливают их из золота, серебра и других металлов с отделкой золочением и серебрением.

К предметам для сервировки стола относят ложки, вилки, ножи, лопатки для пирога, торта и пирожных, щипцы для сахара, подстаканники, вазы для конфет, печенья в фруктах, стаканы, рюмки, бокалы, графины и другие предметы. Эти изделия поступают в продажу поштучно и в виде комплектов (наборов). Вырабатывают их из серебра, мельхиора и нейзильбера (ручки для ножей), стекла хрустального (с серебряной оправой) с применением разнообразных отделок.

Предметы быта – это вазы для цветов, коробки, шкатулки, ларцы и др. Вазы для цветов бывают самых различных фасонов и размеров. Изготавливают их из серебра и других сплавов металлов, из хрусталя в серебряной оправе, поделочного камня. Обработка и художественное оформление ваз разнообразны.

Коробки, шкатулки, ларцы бывают серебряные, камнерезные (из яшмы, малахита, орлеца, оникса и др.), лаковые (из папье-маше). К принадлежностям для курения относят портсигары, порттабаки, сигаретницы, спичечницы, мундштуки, трубки для курения, пепельницы. Изготавливают эти изделия из серебра, мельхиора, нейзильбера, янтаря, камня поделочного, различных видов отделки.

Экспертиза качества. Ювелирные товары должны быть изготовлены в соответствии с требованиями НТД, отвечать своему назначению, быть удобными в пользовании. По форме и художественному оформлению они должны удовлетворять современным эстетическим требованиям.

На торговых предприятиях проверяют наличие на каждом изделии из драгоценных металлов соответствующего сопроводительным документам клейма Инспекции пробирного надзора и знака-именника предприятия-изготовителя.

Внешним осмотром проверяют качество маркировки и упаковки изделий, линейные размеры номеров колец и браслетов, самооткрывание замков, выявляют дефекты и устанавливают их допустимость НТД.

Маркировку наносят на изделие, этикетку или индивидуальную тару, групповую, транспортную тару и упаковочный лист. На лицевой стороне этикетки к изделию из драгоценных металлов указывают наименование или товарный знак предприятия-изготовителя, наименование изделия или его шифр, наименование сплава и его пробу, массу изделия, цену за 1 г (для весовых изделий) или цену изделия. На оборотной стороне – артикул, номер (размер) кольца или браслета, наименование камня, стандарт, штамп ОТК.

Этикетка к весовому изделию из драгоценных металлов должна быть прикреплена ниткой и опломбирована. Если конструкция изделия (кроме изделий с драгоценными камнями) затрудняет такое крепление этикетки, то ее вкладывают в индивидуальную тару вместе с изделием или прикрепляют к ней.

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ (ГЛОССАРИЙ)

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

Ассортимент товаров – набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности.

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

Ботинки – обувь с берцами, закрывающими лодыжку или доходящими до начала икры, на шнурках, пряжках, с застежкой-молнией и другими приспособлениями для закрепления на ноге.

Бумага – материал, состоящий преимущественно из растительных волокон, связанных между собой силами поверхностного сцепления.

Вид товаров – совокупность товаров, отличающихся индивидуальным назначением и идентификационными признаками.

Группа товаров – подмножество товаров, удовлетворяющих более специфичные группы потребностей, что обусловлено особенностями применяемых сырья, материалов, конструкций.

Жилет – одежда с проймами без рукавов; используют для утепления и украшения.

Зеркало – это бесцветное листовое стекло, полированное или неполированное, одна из поверхностей которого покрыта тонким слоем металла (серебра или алюминия).

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

Классификация – разделение множества объектов на подмножества по сходству или различию в соответствии с принятыми методами.

Класс товаров – множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей.

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

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

Кондитерские товары – это сладкие продукты, отличающиеся приятным вкусом и ароматом, красивым внешним видом, высокой пищевой ценностью, а также хорошей усвояемостью.

Кисломолочные продукты – это молочные продукты, вырабатываемые сквашиванием молока или сливок чистыми культурами молочнокислых бактерий с добавлением или без добавления дрожжей и уксуснокислых бактерий.

Клеймо – знак, который наносят на изделие с помощью специальной формы.

Костюм – комплект одежды мужской, женской и детской, состоящий из двух или трех изделий.

Куртка – одежда с рукавами, с застежкой различной длины, не имеющая жестко фиксированной формы.

Кружево – текстильное изделие ручной или машинной работы с ажурным рисунком, образованным переплетением нитей.

Лента – узкая полоса ткани с заработанными кромками (краями).

Лопанец – рыба с лопнувшим брюшком.

Маркировка изделий – нанесение определенных знаков или символов, характеризующих изделие.

Мука – это продукт, получаемый в результате измельчения зерна в порошок с отделением или без отделения отрубей.

Мед – это продукт переработки медоносными пчелами нектара или пади.

Молочные консервы – это продукты из натурального молока или молока с пищевыми наполнителями, свойства которых в результате обработки (стерилизации, сгущения, сушки, добавления веществ, повышающих осмотическое давление среды, упаковки) сохраняются длительное время без существенных изменений.

Мороженое – это взбитая (насыщенная воздухом) замороженная пастеризованная смесь молока, сливок или фруктово-ягодных продуктов с сахаром, стабилизаторами, вкусовыми и ароматическими веществами.

Мокасины – обувь, заготовка верха которой представляет конструктивное единство со стелькой и в передней части имеет овальную вставку.

Микрокалькуляторы – миниатюрные электронно-вычислительные машины, используемые для простых и сложных численных расчетов.

Надежность товаров – способность товаров сохранять функциональное назначение в процессе хранения и/или потребления (эксплуатации) в течение заранее оговоренных сроков.

Назначение товаров – способность товаров удовлетворять физиологические и социальные потребности, а также потребности в их систематизации.

Несесеры – наборы предметов туалета в футлярах.

Оценка качества – совокупность операций по выбору номенклатуры показателей качества, определению их фактического значения и сопоставлению с базовыми.

Потребительная стоимость – это способность вещи удовлетворять какую-либо человеческую потребность, т.е. ее полезность: непосредственно как предмета потребления или косвенно.

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

Подгруппа товаров – подмножество товаров, имеющих общее с группой основное назначение, но отличающихся от товаров других подгрупп только им присущими признаками.

Подкласс товаров – множество товаров, удовлетворяющих аналогичные группы потребностей, имеющих определенные различия.

Признак классификации – свойство или характеристика объекта, по которому производится классификация.

Показатель ассортимента – количественное выражение свойств ассортимента, при этом измерению подлежит количество видов и наименований товаров.

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

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

Предупредительные знаки – предназначены для информации о возможной опасности при эксплуатации товаров и действиях по предупреждению опасности.

Показатель качества – количественное и качественное выражение свойств продукции (или товара).

Пряности – это продукты растительного происхождения, которые обладают сильным пряным ароматом и часто резким, жгучим вкусом.

Пиджак – одежда жестко фиксированной формы, с рукавами, с разрезом от верха до низа, с застежкой, покрывающая туловище и частично бедра.

Плащ – одежда с рукавами и с застежкой от верха до низа для защиты от осадков.

Полусапоги – обувь с настрочными голенищами (которые доходят до половины икры) или с настрочными и с целыми берцами, с глухими или полуглухими клапанами (широкими язычками).

Рвань – механические разрывы тела рыбы, образующиеся при небрежной и грубой обработке.

Режим хранения – совокупность климатических и санитарно-гигиенических требований, обеспечивающих сохранность товаров.

Рыбные консервы – это рыбные продукты, после предварительной обработки герметично укупоренные в тару и подвергнутые стерилизации в течение определенного времени.

Стоимость товара – овеществленный в товаре общественный труд производителей.

Сертификация – действия третьей стороны, создающие уверенность в том, что надлежащим образом идентифицированная продукция соответствует установленным требованиям.

Сахар – это пищевой продукт, состоящий из сахарозы высокой степени чистоты.

Сандалии – обувь сандального метода крепления без подкладки и основной стельки.

Сапоги – обувь с голенищами до колен и выше (с удлиненными голенищами).

Сапожки – обувь с голенищами, закрывающими голень ноги, обычно с приспособлениями для закрепления на ноге.

Товарная экспертиза – оценка экспертом основополагающих характеристик товара, а также их изменений в процессе товародвижения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений, которые служат конечным результатом.

Товар – материальная продукция, предназначенная для купли-продажи.

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

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

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

Требования к качеству – выражение определенных потребностей или их перевод в набор количественно или качественно установленных требований к характеристикам объекта, чтобы дать возможность их реализации и проверки.

Товарный знак – обозначение, помещаемое на товаре (или упаковке) промышленными и торговыми предприятиями для индивидуализации товара и его производителя.

Торговый образ – это персонифицированная торговая марка; присваивается определенному виду товара, свойства которого отличаются от свойств других товаров того же вида.

Упаковка – средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту товара от повреждений и потерь, а окружающую среду – от загрязнения.

Условия хранения – совокупность внешних воздействий окружающей среды, обусловленных режимом хранения и размещением товаров в хранилище.

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

Фирменное имя – слово, буква или группа слов и букв, которые могут быть произнесены.

Фирменный знак – это символ, рисунок, отличительный цвет или обозначение.

Фальсификация – действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью.

Хранение – этап технологического цикла товародвижения от выпуска готовой продукции до потребления или утилизации, цель которого – обеспечение стабильности исходных свойств или их изменение с минимальными потерями.

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

Шелушение – удаление грубых цветковых пленок или плодовых оболочек зерновых культур.

Шлифование – это удаление с поверхности целого ядра плодовых, а также частично семенных оболочек и зародыша.

Шорты – короткие брюки (выше колен) для отдыха и спорта.

Эксплуатационные знаки – знаки информации о способах ухода и правилах эксплуатации товаров.

Экспертиза – это исследование специалистом-экспертом каких-либо вопросов, решение которых требует специальных знаний в области науки, технологии или экономики.

Экспертная оценка – совокупность операций по выбору комплекса или единичных характеристик товара или других объектов, определению их действительных значений и подтверждению экспертами соответствия их установленным требованиям и/или товарной информации.

МАТЕРИАЛЫ ТЕСТОВОЙ СИСТЕМЫ

1. Материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей – это _____.
2. Наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительные стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик – это _____.
3. Любая вещь, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи – это _____.
4. Что является предметом товароведения?
 - а) потребительные стоимости товаров;
 - б) фальсификация товаров;
 - в) идентификация товаров;
 - г) безопасность товаров.
5. Что понимается под стоимостью товара?
 - а) цена товара;
 - б) качественные характеристики товара;
 - в) овеществленный в товаре общественный труд производителей;
 - г) способность удовлетворять утилитарную потребность.
6. Товары, созданные для удовлетворения общественных потребностей, обладают _____ потребительной стоимостью.
7. Стоимость продуктов труда, произведенных для личного потребления, – это _____ потребительная стоимость.
8. Какой вид потребительной стоимости относится к общественной?
 - а) индивидуально-личностная;
 - б) производственная;
 - в) совокупно-общественная;
 - г) материально-вещественная.
9. Метод определения значений показателей качества продукции, осуществляемых на основе технических средств измерения, – это _____ метод.
10. Метод определения значений показателей качества с помощью органов чувств – это _____ метод.
11. Какой метод определения значений показателей качества продукции относится к методам систематизации?
 - а) диагностика;
 - б) классификация;
 - в) маркирование;
 - г) анализ.
12. Какой метод определения значений показателей качества продукции относится к методам управления?
 - а) идентификация;
 - б) обобщение;
 - в) диагностика;
 - г) кодирование.

13. Методы научного познания, основанные на мысленном или фактическом разложении целого на составные части, – это _____ методы.
14. Что является объектом изучения в товароведении?
а) классификация;
б) товар;
в) фальсификация;
г) идентификация.
15. Свойство или характеристика объекта, по которому производится классификация, – это _____ классификации.
16. Этап классификации при иерархическом методе, в результате которого получается совокупность классификационных группировок, – это _____ классификации.
17. Последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки – это _____ метод классификации.
18. Метод определения значений показателей качества продукции, осуществляемый на основе технических средств измерения, – это _____ метод.
19. Официальный документ, представляющий собой систематизированный свод наименования и кодов классификационных группировок и/или объектов классификации, – это _____.
20. Что из себя представляет набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах?
а) групповой ассортимент;
б) смешанный ассортимент;
в) сложный ассортимент;
г) развернутый ассортимент.
21. Совокупность сортов одноименной продукции, отличающихся характерными анатомо-морфологическими признаками, – это _____.
22. Совокупность товарных сортов, различающихся значениями регламентированных нормативными документами показателей качества, – это _____.
23. Что из себя представляет перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения?
а) ассортимент товаров;
б) товарная номенклатура;
в) торговый ассортимент;
г) производственный ассортимент.
24. Что из себя представляет набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации?
а) марочный ассортимент;
б) смешанный ассортимент;
в) видовой ассортимент;
г) сопутствующий ассортимент.
25. Минимально допустимое количество видов товаров повседневного спроса, определяющих профиль розничной торговой организации, – это _____.
26. Состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления, – это _____ ассортимента.

27. Эргономические свойства товаров – это:
- физиологические свойства;
 - акустические свойства;
 - гигиенические свойства;
 - символические свойства.
28. Какой термин означает отсутствие недопустимого риска для жизни, здоровья при эксплуатации?
- гигиеничность;
 - сохраняемость;
 - безопасность;
 - экологичность.
29. Показатели, принятые за основу при сравнительной характеристике показателей качества, – это _____ показатели.
30. Количественные потери, вызываемые процессами, которые свойственны товарам и происходят при их транспортировке и хранении, – это _____.
31. Несоответствие товаров установленным требованиям, которые могут нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде, – это _____.
32. Действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью, – это _____.
33. Товар с выявленными устранимыми или неустранимыми несоответствиями по одному или комплексу показателей – это _____.
34. Знаки «Верх. Не кантовать», «Осторожно, хрупкое» на транспортной таре – это _____ знаки.
35. Как называется вид товарной информации, включающий в себя вид и наименование товара, его сорт, массу нетто, наименование предприятия-изготовителя, дату выпуска, срок хранения или годности?
- коммерческая информация;
 - основополагающая информация;
 - потребительская информация;
 - словесная информация.
36. На какие виды в зависимости от назначения подразделяется информация?
- обязательная;
 - коммерческая;
 - словесная;
 - символическая.
37. Установление соответствия наименования товара, указанного на маркировке и/или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям – это _____.
38. Исследование специалистом-экспертом каких-либо вопросов, решение которых требует специальных знаний в области науки, технологии или экономики, – это:
- экспертиза;
 - идентификация;
 - сертификация;
 - фальсификация.

39. Какой вид экспертизы заключается в оценке экспертом количественных или качественных характеристик товара для установления его ассортиментной принадлежности?
- документальная экспертиза;
 - ассортиментная экспертиза;
 - комплексная экспертиза;
 - качественная экспертиза.
40. Проверка соответствия установленным нормативным документами требованиям – это _____.
41. Что не является объектом идентификации?
- рабочая сила;
 - продукция;
 - услуга;
 - идея.
42. Какой метод идентификации относится к группе измерительных методов?
- визуальный метод;
 - осязательный метод;
 - химический метод;
 - вкусовой метод.
43. К какому виду фальсификации относится пересортица?
- ассортиментная;
 - стоимостная;
 - информационная;
 - качественная.
44. Обман потребителя путем реализации низкокачественных товаров по ценам высококачественных или товаров меньших размерных характеристик по цене товаров больших размеров – это _____ фальсификация.
45. Назовите вид крахмала, который подразделяется на товарные сорта: экстра, высший, первый, второй?
- кукурузный;
 - пшеничный;
 - рисовый;
 - картофельный.
46. Как по качеству подразделяют рис шлифованный?
- сорта высший, первый, второй;
 - сорта экстра, высший, первый, второй, третий;
 - номера первый, второй, третий, четвертый, пятый;
 - сорта первый, второй.
47. На какие группы подразделяется манная крупа?
- номера;
 - сорта;
 - марки;
 - виды.
48. В основу деления круп на товарные сорта положено содержание _____.
49. Продукт, получаемый в результате измельчения зерна в порошок с отделением или без отделения отрубей, – это _____.
50. Качество муки оценивается по цвету, запаху и вкусу, хрусту, влажности, зольности, крупности помола, количеству и качеству _____.

51. Какой подтип макаронных изделий не относится к трубчатым макаронным изделиям?
а) вермишель;
б) макароны;
в) рожки;
г) перья.
52. Продукты растительного происхождения, обладающие сильным пряным ароматом и часто резким, жгучим вкусом, – это _____.
53. К какой группе пряностей относится ваниль?
а) семена;
б) плоды;
в) листья;
г) корни.
54. К какой группе пряностей относится корица?
а) плоды;
б) листья;
в) кора;
г) семена.
55. Каков предельный показатель относительной влажности воздуха, регламентирующий хранение пряностей?
а) 50%;
б) 60%;
в) 75%;
г) 80%.
56. Какой пищевой продукт не относится к приправам?
а) горчица столовая;
б) поваренная соль;
в) хрен;
г) чай.
57. Придание чайному листу мягкости и дряблости, необходимых для его скручивания, – это _____.
58. Какой сорт кофе не относится к высшему сорту?
а) Мокко;
б) Робуста;
в) Ходейда;
г) Арабика.
59. Каков гарантийный срок хранения герметично упакованного растворимого кофе?
а) 6 месяцев;
б) 9 месяцев;
в) 12 месяцев;
г) 18 месяцев.
60. Преждевременно откачанный незрелый мед быстро портится, так как имеет повышенную влажность и содержит много _____.
61. Сахар-рафинад должен быть чистым, белого цвета, без примесей, без пятен допускается оттенок _____.

62. Все углеводы меда растворимы, а какие компоненты являются основными?
а) глюкоза и фруктоза;
б) сахароза и глюкоза;
в) сахароза и фруктоза;
г) сахароза и витамины.
63. В зависимости от применяемого сырья и технологии производства кондитерские товары делят на две основные группы: сахаристые и _____.
64. Мармелад, получаемый увариванием сахара с водным раствором пектина или агара с добавлением ограниченных кислот, пищевых красителей и ароматических веществ, но без добавления пюре из плодов и ягод, – это _____ мармелад.
65. Какой мед относится к полифлерному?
а) липовый;
б) вересковый;
в) таежный;
г) гречишный.
66. Какой шоколад содержит всего 20% какао-массы?
а) обыкновенный без добавлений;
б) обыкновенный с добавлениями;
в) десертный без добавлений;
г) десертный с добавлениями.
67. Разновидность молочных конфет, получаемых увариванием сахара и патоки на молоке или молочных продуктах, а также на продуктах, содержащих белки (ядра орехов, арахис, соя) с добавлением жиров, – это _____.
68. Качество молока цельного сухого определяют по вкусу и запаху, консистенции, цвету, массовой доли влаги, жира, белка, индексу растворимости, кислотности, чистоте, а также _____.
69. Каков срок хранения молока с использованием асептической (высокотемпературной) технологии?
а) 10 суток;
б) 30 суток;
в) 6 месяцев;
г) 12 месяцев.
70. Каков срок хранения в торговой сети сыров сычужных твердых при температуре 2–8°C?
а) 3 суток;
б) 10 суток;
в) 15 суток;
г) 1 месяц.
71. Какой диетический молочно-кислый продукт содержит СОМО 11%, а также молочный термофильный стрептококк и болгарскую палочку в соотношении 1:1?
а) йогурт;
б) кефир;
в) варенец;
г) ряженка.
72. Как называется жировая часть молока, получаемая сепарированием?
а) обезжиренное молоко;
б) сливки;
в) нормализованное молоко;
г) восстановленное молоко.

73. Молоко, подвергнутое термической обработке при определенных температурных режимах, – это _____ молоко.
74. Пастеризованное молоко с требуемым содержанием жира, вырабатываемое полностью или частично из молочных консервов, – это _____ молоко.
75. Взбитая (насыщенная воздухом) замороженная пастеризованная смесь молока, сливок или фруктово-ягодных продуктов с сахаром, стабилизаторами, вкусовыми и ароматическими веществами – это _____.
76. В зависимости от тепловой обработки колбасные изделия подразделяются на вареные, полукопченые, сырокопченые и _____.
77. На какие виды в зависимости от сорта мяса, соотношения в фарше свинины и говядины (и других видов мяса взамен говядины) подразделяются вареные колбасные изделия?
а) высший, 1-й, 2-й и 3-й сорта;
б) высший и 1-й сорта;
в) 1-й, 2-й и 3-й сорта;
г) 1-й и 2-й сорта.
78. Как называются колбасы, подвергнутые обжарке, варке, копчению, сушке?
а) вареные;
г) полукопченые;
в) варено-копченые;
б) сырокопченые.
79. Каков предельный допустимый срок хранения мороженых кур при температуре от -25°C и ниже и относительной влажности 85–90%?
а) 6 месяцев;
б) 9 месяцев;
в) 12 месяцев;
г) 14 месяцев.
80. Каков предельный срок реализации сосисок и сарделек?
а) 24 часа;
б) 2 суток;
в) 3 суток;
г) 7 суток.
81. Какому мясу отдают предпочтение в колбасном производстве?
а) с минимальным содержанием жира;
б) с максимальным содержанием жира;
в) со средним содержанием жира;
г) без жира.
82. За единицу измерения в торговле и пищевой промышленности для унификации подсчета банок мясных консервов принято понятие _____.
83. Какие рыбные консервы относятся к натуральным?
а) в желе;
б) в масле;
в) в томате;
г) в маринаде.

84. Икра каких рыб является наиболее крупной?
а) осетровых;
б) судака;
в) лососевых;
г) трески.
85. Какие беспозвоночные относятся к моллюскам головоногим?
а) устрицы, мидии;
б) кальмары, осьминоги;
в) трепанги;
г) морские ежи.
86. Комплекс биохимических процессов, при которых рыба теряет признаки сырой рыбы, приобретает сочную и нежную консистенцию, приятный вкус и аромат – это _____.
87. Порок, возникающий при нарушении технологии процесса, задержке просаливания, хранении при высокой температуре, слабом посоле – это _____.
88. Механические разрывы тела рыбы, образующиеся при небрежной или грубой обработке, – это _____.
89. При какой температуре происходит процесс холодной сушки рыбы?
а) не выше 25°C;
б) не выше 40°C;
в) не выше 50°C;
г) не выше 55°C.
90. В чем отличие рыбных пресервов от рыбных консервов?
а) рыбные пресервы не подвергаются тепловой обработке;
б) рыбные пресервы не заливают соусом;
в) к рыбным пресервам не добавляются овощи;
г) рыбные пресервы приготавливают только из неразделанной рыбы.
91. Волокна длиной до 20 мм, применяемые только при производстве ваты, ватина, нетканых материалов и искусственных волокон, – это _____ волокна.
92. Какое волокно по объему производства занимает первое место среди всех химических волокон?
а) натуральный шелк;
б) синтетические волокна;
в) вискозные волокна;
г) хлопковые волокна.
93. Какое переплетение оптимально для производства тканей для столового белья?
а) полотняное;
б) мелкоузорчатое;
в) жаккардовое;
г) саржевое.
94. Трикотажными товарами называются полотна и готовые изделия, полученные ручным или машинным вязанием из _____.
95. Как называются трикотажные изделия с рукавами, с разрезом по всей длине переда, с застежкой или без нее, одно- или двубортные, с воротником одинарным или двойным, с карманами и без них?
а) джемперы;
б) жакеты;

- в) костюмы;
- г) пуловеры.

96. Изделия с рукавами или без них, с любым оформлением горловины, без застежки или с застежкой сверху – это _____.
97. Одежда с рукавами и с застежкой от верха до низа для защиты от осадков – это _____.
98. Мужская и для мальчиков одежда жестко фиксированной формы, с рукавами, с разрезом от верха до низа, с застежкой, покрывающая туловище и частично бедра – это _____.
99. Натуральные кожи юфтевые, хромовые и замшу используют для _____.
100. Хромовая кожа из мелких шкур крупного рогатого скота со шлифованием лицевой поверхности, низким ворсом, окрашиваемая в светлые цвета, – это _____.
101. В комбинации с лаковыми кожами используется для модельной женской обуви, получают из шкур оленей, коз жировым дублением и шлифованием – это _____.
102. Обувь типа сапожек, но с укороченным голенищем – это _____.
103. Обувь типа полуботинок, в которой отсутствует основная стелька и подкладка, на ноге закрепляется ремешками – это _____.
104. Лучшим видом сырья для валяной обуви является _____.
105. Бумажники, портмоне, кошельки, обложки для документов, книг, футляры для очков и ключей, портсигары и изделия сувенирные – это изделия _____.
106. Пуговицы, запонки, пряжки, застежки-молнии – это _____.
107. Высокий показатель преломления света, повышенная плотность, мелодичное звучание при ударе о край изделия – это особенности _____ стекол.
108. Стоимость стеклянной посуды зависит от состава стекломассы, способа формования, сложности украшения, а также _____.
109. Фарфоровая и фаянсовая посуда подлежит обязательной сертификации. Важнейшим показателем качества, подтверждаемым при сертификации, является содержание _____.
110. Инструменты, подразделяющиеся на щипковые, смычковые и ударно-клавишные, – это _____ музыкальные инструменты.
111. Материал, состоящий преимущественно из растительных волокон, связанных между собой силами поверхностного сцепления, – это _____.
112. Какие товары не относятся к школьно-письменным?
а) принадлежности для черчения;
б) принадлежности для рисования;
в) школьные товары;
г) галантерейные товары.
113. Какие товары не относятся к принадлежностям для черчения?
а) рейшины;
б) угольники;

- в) готовальни;
- г) чернила.

114. Бумага ручного отлива, отличающаяся большим сопротивлением к истиранию и шероховатой поверхностью, применяемая для черчения и рисования, – это _____.

115. Чертежная линейка с поперечной головкой (обычно поворотной) на одном из концов – это _____.

116. Чертежное изделие из пластмасс и древесины, различной формы, для проведения или проверки кривых линий – это _____.

117. Кольца, серьги, броши, колье, кулоны, медальоны, браслеты – это изделия _____.

118. Сплавы платины используются для производства ювелирных изделий реже, чем из золота и серебра, из-за их _____.

119. Изделия, используемые для ароматизации кожи, волос, одежды, ухода за волосами, кожей, полостью рта и ногтями – это _____ товары.

120. Каков минимальный процент содержания спирта в духах?

- а) 50%;
- б) 54%;
- в) 60%;
- г) 71%.

121. Какая продукция не относится к средствам для ухода за кожей?

- а) крем;
- б) лосьон;
- в) губная помада;
- г) пудра.

122. Подразделяются ли парфюмерные и косметические товары на сорта?

- а) подразделяются;
- б) не подразделяются;
- в) подразделяются только парфюмерные изделия;
- г) подразделяются только косметические изделия.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Объем текста ответов на вопросы контрольной работы не должен превышать: при рукописном варианте – 18 страниц тетрадного формата или 15 страниц формата А4 (210 × 297 мм). При этом текст работы пишется четким разборчивым почерком на обеих сторонах листа тетрадного формата или на обеих сторонах листа формата А4. При наборе студентом текста контрольной работы на компьютере – 8 страниц, при этом текст печатается на одной стороне листа бумаги формата А4 (210 × 297 мм).

При наличии в контрольной работе таблиц, графиков, диаграмм, расчетов, объем работы может превышать объемы текста контрольной работы, устанавливаемые выше.

Контрольная работа должна поступить на кафедру в университет. Срок проверки работы преподавателем – 10 дней со дня регистрации, исключая выходные и праздничные дни. Срок проверки работы определяется:

- для студентов ИЗО – датой поступления контрольной работы на кафедру;
- для студентов ИДО – датой сообщения на кафедру сведений о наличии контрольной работы в ИДО.

2. ПРАВИЛА ВЫБОРА ВАРИАНТА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Номер варианта темы контрольной работы	Последняя цифра номера зачетной книжки студента (студенческого билета)	Номера ситуационных (практических) задач	Номер тестовых заданий варианта
Вариант № 1	1	1, 11	1, 11, 21, 31, 41, 51, 61, 71, 81, 91
Вариант № 2	2	2, 12	2, 12, 22, 32, 42, 52, 62, 72, 82, 92
Вариант № 3	3	3, 13	3, 13, 23, 33, 43, 53, 63, 73, 83, 93
Вариант № 4	4	4, 14	4, 14, 24, 34, 44, 54, 64, 74, 84, 94
Вариант № 5	5	5, 15	5, 15, 25, 35, 45, 55, 65, 75, 85, 95
Вариант № 6	6	6, 16	6, 16, 26, 36, 46, 56, 66, 76, 86, 96
Вариант № 7	7	7, 17	7, 17, 27, 37, 47, 57, 67, 77, 87, 97
Вариант № 8	8	8, 18	8, 18, 28, 38, 48, 58, 68, 78, 88, 98
Вариант № 9	9	9, 19	9, 19, 29, 39, 49, 59, 69, 79, 89, 99
Вариант № 10	0	10, 20	10, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90, 100

3. СТРУКТУРА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

1. Титульный лист.
2. Ситуационная (практическая) часть:
 - 2.1. Текст ситуационной (практической) задачи № 1.
 - 2.2. Ответ на задачу № 1.
 - 2.3. Текст ситуационной задачи (практической) задачи № 2.
 - 2.4. Ответ на задачу № 2.
3. Тестовая часть:
 - 3.1. Содержание десяти тестовых заданий варианта (тексты вопросов) и ответ на каждое из заданий.
4. Список литературы, используемой для написания контрольной работы.

4. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

4.1. СИТУАЦИОННЫЕ (ПРАКТИЧЕСКИЕ) ЗАДАНИЯ

1. Идентификация товаров: цель, задачи, объекты, субъекты.
2. Факторы, формирующие качество товаров (на примере группы продовольственных или непродовольственных товаров).
3. Экспертиза товаров: определение, виды экспертизы, их цели и задачи. Значение экспертизы в современной коммерческой деятельности.
4. Классификация товаров: определение, сущность, значение. Основные принципы и правила классификации.
5. Зерноочные товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
6. Плодоовощные товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
7. Молочные товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
8. Мясные товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
9. Рыбные товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
10. Хлебобулочные изделия. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
11. Крупа. Ассортимент, показатели качества, дефекты, хранение.
12. Вкусовые товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
13. Кисломолочные товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
14. Пищевые товары. Классификация и ассортимент, особенности химического состава и пищевой ценности.
15. Сформулируйте основные принципы управления товарными потоками в магазине.
16. Определите роль мелкорозничной сети в обслуживании населения.
17. Организация государственного контроля в торговле.
18. Сформулируйте особенности типового проектирования предприятий торговли.
19. Опишите правила продажи хлеба и хлебобулочных изделий.
20. Приведите примеры направлений рационализации торговых процессов в магазине «Промышленные товары».

4.2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Назовите вид крахмала, который подразделяется на товарные сорта: экстра, высший, первый, второй?
 - а) кукурузный;
 - б) пшеничный;
 - в) рисовый;
 - г) картофельный.
2. Сахар-рафинад должен быть чистым, белого цвета, без примесей, без пятен, допускается оттенок _____.
3. Как по качеству подразделяют рис шлифованный?
 - а) сорта высший, первый, второй;
 - б) сорта экстра, высший, первый, второй, третий;
 - в) номера первый, второй, третий, четвертый, пятый;
 - г) сорта первый, второй.
4. На какие группы подразделяется манная крупа?
 - а) номера;
 - б) сорта;
 - в) марки;
 - г) виды.
5. В основу деления круп на товарные сорта положено содержание _____.
6. Материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей, – это _____.
7. Метод определения значений показателей качества продукции, осуществляемый на основе технических средств измерения, – это _____ метод.
8. Различают две разновидности метода классификации: иерархический и _____.
9. Последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки – это _____ метод классификации.
10. Официальный документ, представляющий собой систематизированный свод наименования и кодов классификационных группировок и/или объектов классификации, – это _____.
11. Как по качеству подразделяется мука ржаная?
 - а) сорта высший, первый, второй;
 - б) сорта первый, второй, обойная;
 - в) сорта крупчатка, первый, второй;
 - г) сеяная, обдирная, обойная.
12. Все углеводы меда растворимы, а какие компоненты являются основными?
 - а) глюкоза и фруктоза;
 - б) сахароза и глюкоза;
 - в) сахароза и фруктоза;
 - г) сахароза и витамины.
13. Качество муки оценивается по цвету, запаху и вкусу, хрусту, влажности, зольности, крупности помола, количеству и качеству _____.
14. Преждевременно откачанный незрелый мед быстро портится, так как имеет повышенную влажность и содержит много _____.

15. В зависимости от применяемого сырья и технологии производства кондитерские товары делят на две основные группы: сахаристые и _____.
16. Мармелад, получаемый увариванием сахара с водным раствором пектина или агара с добавлением ограниченных кислот, пищевых красителей и ароматических веществ, но без добавления пюре из плодов и ягод, – это _____ мармелад.
17. Какой мед относится к полифлерному?
а) липовый;
б) вересковый;
в) таежный;
г) гречишный.
18. Каков срок гарантийного хранения пастеризованного пива, приготовленного с применением стабилизаторов белково-коллоидной стойкости?
а) 1 месяц;
б) 3 месяца;
в) 2 месяца;
г) 10 суток.
19. Какой шоколад содержит всего 20% какао-массы?
а) обыкновенный без добавлений;
б) обыкновенный с добавлениями;
в) десертный без добавлений;
г) десертный с добавлениями.
20. В каких пределах колеблется срок хранения мармелада в зависимости от вида?
а) от 15 суток до 3 месяцев;
б) от 3 до 6 месяцев;
в) от 1 до 2 месяцев;
г) от 6 до 12 месяцев.
21. Каков срок хранения белого шоколада при температуре не выше 18°C и относительной влажности воздуха не более 75%?
а) 1 месяц;
б) 2 месяца;
в) 3 месяца;
г) 6 месяцев.
22. Какой алкогольный напиток получается перегонкой сброженного сула с последующей выдержкой спирта в дубовых бочках с обугленной внутренней поверхностью?
а) виски;
б) ром;
в) коньяк;
г) бальзам.
23. Каков срок выдержки марочных коньяков КВВК (коньяк выдержанный высшего качества)?
а) 6–7 лет;
б) 8–10 лет;
в) 10 лет;
г) 10–15 лет.
24. Разновидность молочных конфет, получаемых увариванием сахара и патоки на молоке или молочных продуктах, а также на продуктах, содержащих белки (ядра орехов, арахис, соя) с добавлением жиров – это _____.

25. Распространенный освежающий слабоалкогольный напиток, содержащий не более 1,2% спирта и подразделяющийся на хлебный и плодово-ягодный, – это _____.
26. Подгруппа ликеров тягучей консистенции с низкой крепостью и высокой сахаристостью – это _____.
27. Тонизирующие алкогольные напитки, включающие в себя пять компонентов – воду, сахар, ром, чай и лимонный сок – это _____.
28. Вина, получаемые в результате полного или частичного сбраживания суслу или мезги при недопущении введения спирта, сахара или каких-либо других веществ, – это _____ вина.
29. Высокопитательный продукт, содержащий много сахара, жира и белковых веществ, изготавливаемый вымешиванием карамельной массы, взбитый с пенообразователем и добавлением растертых обжаренных ядер масляных семян или орехов, – это _____.
30. После отжима какао-масла от какао тертого получают какао-жмых, используемый для производства _____.
31. В зависимости от тепловой обработки колбасные изделия подразделяются на вареные, полукопченые, сырокопченые и _____.
32. Качество молока цельного сухого определяют по вкусу и запаху, консистенции, цвету, массовой доле влаги, жира, белка, индексу растворимости, кислотности, чистоте, а также _____.
33. Волокна длиной до 20 мм, применяемые только при производстве ваты, ватина, нетканых материалов и искусственных волокон, – это _____ волокна.
34. Каков срок хранения молока с использованием асептической (высокотемпературной) технологии?
- а) 10 суток;
 - б) 30 суток;
 - в) 6 месяцев;
 - г) 12 месяцев.
35. Каков срок хранения в торговой сети сыров сычужных твердых при температуре 2–8°C?
- а) 3 суток;
 - б) 10 суток;
 - в) 15 суток;
 - г) 1 месяц.
36. Какой диетический молочно-кислый продукт содержит СОМО 11%, а также молочный термофильный стрептококк и болгарскую палочку в соотношении 1:1?
- а) йогурт;
 - б) кефир;
 - в) варенец;
 - г) ряженка.
37. На какие виды в зависимости от сорта мяса, соотношения в фарше свинины и говядины (и других видов мяса взамен говядины) подразделяются вареные колбасные изделия?
- а) высший, 1-й, 2-й и 3-й сорта;
 - б) высший и 1-й сорта;
 - в) 1-й, 2-й и 3-й сорта;
 - г) 1-й и 2-й сорта.

38. Как называются колбасы, подвергнутые обжарке, варке, копчению, сушке?
- а) вареные;
 - б) полукопченые;
 - в) варено-копченые;
 - г) сырокопченые.
39. Какие рыбные консервы относятся к натуральным?
- а) в желе;
 - б) в масле;
 - в) в томате;
 - г) в маринаде.
40. Икра каких рыб является наиболее крупной?
- а) осетровых;
 - б) судака;
 - в) лососевых;
 - г) трески.
41. Какие беспозвоночные относятся к моллюскам головоногим?
- а) устрицы, мидии;
 - б) кальмары, осьминоги;
 - в) трепанги;
 - г) морские ежи.
42. Какое волокно по объему производства занимает первое место среди всех химических волокон?
- а) натуральный шелк;
 - б) синтетические волокна;
 - в) вискозные волокна;
 - г) хлопковые волокна.
43. Какое переплетение оптимально для производства тканей для столового белья?
- а) полотняное;
 - б) мелкоузорчатое;
 - в) жаккардовое;
 - г) саржевое.
44. Комплекс биохимических процессов, при которых рыба теряет признаки сырой рыбы, приобретает сочную и нежную консистенцию, приятный вкус и аромат, – это _____.
45. Трикотажными товарами называются полотна и готовые изделия, полученные ручным или машинным вязанием из _____.
46. Натуральные кожи юфтевые, хромовые и замшу используют для _____.
47. Хромовая кожа из мелких шкур крупного рогатого скота со шлифованием лицевой поверхности, низким ворсом, окрашиваемая в светлые цвета, – это _____.
48. В комбинации с лаковыми кожами используется для модельной женской обуви, получают из шкур оленей, коз жировым дублением и шлифованием – это _____.
49. Обувь типа сапожек, но с укороченным голенищем – это _____.
50. Обувь типа полуботинок, в которой отсутствует основная стелька и подкладка, на ноге закрепляется ремешками – это _____.
51. Лучшим видом сырья для валяной обуви является _____.

52. Бумажники, портмоне, кошельки, обложки для документов, книг, футляры для очков и ключей, портсигары и изделия сувенирные – это изделия _____.
53. Кольца, серьги, броши, колье, кулоны, медальоны, браслеты – это изделия _____.
54. Пуговицы, запонки, пряжки, застежки-молнии – это _____.
55. Высокий показатель преломления света, повышенная плотность, мелодичное звучание при ударе о край изделия – это особенности _____ стекол.
56. Стоимость стеклянной посуды зависит от состава стекломассы, способа формования, сложности украшения, а также _____.
57. Знаки «Верх. Не кантовать», «Осторожно, хрупкое» на транспортной таре – это _____ знаки.
58. Фарфоровая и фаянсовая посуда подлежит обязательной сертификации. Важнейшим показателем качества, подтверждаемым при сертификации, является содержание _____.
59. Инструменты, подразделяющиеся на щипковые, смычковые и ударно-клавишные, – это _____ музыкальные инструменты.
60. Сплавы платины используются для производства ювелирных изделий реже, чем из золота и серебра, из-за их _____.
61. Изделия, используемые для ароматизации кожи, волос, одежды, ухода за волосами, кожей, полостью рта и ногтями, – это _____ товары.
62. Каков минимальный процент содержания спирта в духах?
 а) 50%;
 б) 54%;
 в) 60%;
 г) 71%.
63. Что из себя представляет набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах?
 а) групповой ассортимент;
 б) смешанный ассортимент;
 в) сложный ассортимент;
 г) развернутый ассортимент.
64. Как называется вид товарной информации, включающий в себя вид и наименование товара, его сорт, массу нетто, наименование предприятия-изготовителя, дату выпуска, срок хранения или годности?
 а) коммерческая информация;
 б) основополагающая информация;
 в) потребительская информация;
 г) словесная информация.
65. Эргономические свойства товаров – это:
 а) физиологические свойства;
 б) акустические свойства;
 в) гигиенические свойства;
 г) символические свойства.

66. Какой термин означает отсутствие недопустимого риска для жизни, здоровья при эксплуатации?
- а) гигиеничность;
 - б) сохраняемость;
 - в) безопасность;
 - г) экологичность.
67. На какие виды в зависимости от назначения подразделяется информация?
- а) обязательная;
 - б) коммерческая;
 - в) словесная;
 - г) символическая.
68. Показатели, принятые за основу при сравнительной характеристике показателей качества, – это _____ показатели.
69. Количественные потери, вызываемые процессами, которые свойственны товарам и происходят при их транспортировке и хранении, – это _____.
70. Государственный классификатор, утвержденный Госстандартом России для применения в автоматизированных системах управления (АСУ), – это _____.
71. Несоответствие товаров установленным требованиям, которые могут нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде, – это _____.
72. Установление соответствия наименования товара, указанного на маркировке и/или в сопроводительных документах, предъявляемым к нему требованиям – это _____.
73. Действия, направленные на обман получателя и/или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью, – это _____.
74. Какие рыбные консервы относятся к натуральным?
- а) в томате;
 - б) в масле;
 - в) в желе;
 - г) в маринаде
75. Какой диетический молочно-кислый продукт содержит СОМО 11%, а также молочный термофильный стрептококк и болгарскую палочку в соотношении 1:1?
- а) ряженка;
 - б) йогурт;
 - в) варенец;
 - г) кефир.
76. Каков срок хранения белого шоколада при температуре не выше 18°C и относительной влажности воздуха не более 75%?
- а) 2 месяца;
 - б) 1 месяц;
 - в) 6 месяцев;
 - г) 3 месяца.
77. Для людей, больных диабетом, в кондитерских изделиях углеводы заменяют такими сладкими веществами, как _____.
78. Группа товаров, не имеющая прямого пищевого назначения, которая оказывает влияние на нервную систему человека, усиливает выделение пищеварительных соков и улучшает пищеварение, – это _____ товары.

79. *Какая подгруппа по критерию надежности определяет способность товаров сохранять работоспособность до наступления предельного состояния или установленного времени технического обслуживания и ремонта?*
- а) безотказность;
 - б) долговечность;
 - в) ремонтпригодность;
 - г) эргономичность.
80. *Какая подгруппа по критерию надежности определяет способность товаров восстанавливать свои исходные свойства после устранения выявленных дефектов?*
- а) ремонтпригодность;
 - б) безотказность;
 - в) эргономичность;
 - г) долговечность.
81. *Какая подгруппа по критерию надежности определяет способность товаров выполнять функциональное назначение без возникновения дефектов, из-за которых невозможна или затруднена их дальнейшая эксплуатация?*
- а) безотказность;
 - г) долговечность;
 - в) ремонтпригодность;
 - б) сохраняемость.
82. *Какая подгруппа по критерию надежности определяет способность поддерживать исходные количественные и качественные характеристики без значительных потерь в течение определенного срока?*
- а) безотказность;
 - б) сохраняемость;
 - в) ремонтпригодность;
 - г) долговечность.
83. *Товар с выявленными устранимыми или неустранимыми несоответствиями по одному или комплексу показателей – это _____.*
84. *Совокупность сортов одноименной продукции, отличающихся характерными анатомо-морфологическими признаками, – это _____.*
85. *Совокупность товарных сортов, различающихся значениями регламентированных нормативными документами показателей качества, – это _____.*
86. *Множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей, – это _____.*
87. *Множество товаров, удовлетворяющих аналогичные группы потребностей, имеющих определенные различия, – это _____.*
88. *Подмножество товаров, удовлетворяющих более специфические группы потребностей, что обусловлено особенностями применяемых сырья, материалов, конструкций, – это _____.*
90. *Подмножество товаров, имеющих общее с группой основное назначение, но отличающихся от товаров других подгрупп только им присущими признаками, – это _____.*
91. *Совокупность товаров, отличающихся индивидуальным назначением и идентификационными признаками, – это _____.*

92. Совокупность операций, предназначенных для формирования основополагающих товароведных характеристик готовой продукции, – это _____.
93. Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту товаров от повреждений и потерь, а окружающую среду – от загрязнения, – это _____.
94. На какие группы подразделяется манная крупа?
 а) номера;
 б) сорта;
 в) марки;
 г) виды.
95. Каков минимальный процент содержания спирта в духах?
 а) 50%;
 б) 54%;
 в) 60%;
 г) 71%.
96. Какие беспозвоночные относятся к моллюскам головоногим?
 а) устрицы, мидии;
 б) кальмары, осьминоги;
 в) трепанги;
 г) морские ежи.
97. Какая подгруппа по критерию надежности определяет способность поддерживать исходные количественные и качественные характеристики без значительных потерь в течение определенного срока?
 а) безотказность;
 б) сохраняемость;
 в) ремонтпригодность;
 г) долговечность.
98. Какие рыбные консервы относятся к натуральным?
 а) в томате;
 б) в масле;
 в) в желе;
 г) в маринаде.
99. Показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров, – это _____.
100. Показатели, предназначенные для выражения сложных свойств товаров, – это _____.
101. Показатели, принятые за основу при сравнительной характеристике показателей качества, – это _____.

5. ПРАВИЛА УСТАНОВЛЕНИЯ БАЛЛОВОЙ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Для оценки контрольной работы устанавливается следующая балльная система:

Оценочная шкала	Зачтено	Не зачтено
Необходимое количество баллов	70–100	0–69

Распределение баллов для оценки ситуационного (практического) задания контрольной работы:

Задание контрольной работы	Максимальное количество баллов
Тестовое задание	80
Ситуационное задание № 1	10
Ситуационное задание № 2	10

Распределение баллов для оценки тестовой части контрольной работы:

Номер тестового задания	Правильный ответ на вопрос теста контрольной работы	Неправильный ответ на вопрос теста контрольной работы
Задание № 1	8	0
Задание № 2	8	0
Задание № 3	8	0
Задание № 4	8	0
Задание № 5	8	0
Задание № 6	8	0
Задание № 7	8	0
Задание № 8	8	0
Задание № 9	8	0
Задание № 10	8	0
Итого баллов	80	0

Распределение баллов для оценки практической ситуации контрольной работы:

Задание	Балловая оценка элементов				Итого баллов
	Форма самостоятельного ответа на задание	Теоретическая обоснованность итогового ответа	Стиль ответа	Обоснованность выбора механизма решения задания	
Ситуационное задание контрольной работы					
Количество баллов	0–2	0–4	0–2	0–2	10

6. ПРОЦЕДУРА ОЦЕНКИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Установлен срок для проверки контрольных работ – 10 (десять) календарных дней. Начало течения срока:

- для студентов ИЗО – дата поступления контрольной работы на кафедру СиОКД;
- для студентов ИДО – дата сообщения на кафедру СиОКД сведений о наличии контрольной работы в ИДО.

Результатом проверки контрольной работы является суммарное изложение балловой оценки различных элементов заданий.

СОДЕРЖАНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
Раздел 1. Организационно-методический	3
Раздел 2. Содержание дисциплины.....	4
Раздел 3. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	6

ТЕКСТЫ ЛЕКЦИЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ»

Тема 1. Товароведение: основные понятия, цели и задачи	12
Тема 2. Методы товароведения	15
Тема 3. Ассортимент товаров	28
Тема 4. Качество товаров.....	34
Тема 5. Информация о товаре.....	47
Тема 6. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров....	49
Тема 7. Ассортимент, качество и экспертиза зерномучных товаров.....	58
Тема 8. Ассортимент, качество и экспертиза вкусовых товаров	65
Тема 9. Ассортимент, качество и экспертиза сахара, меда и кондитерских товаров.....	69
Тема 10. Ассортимент, качество и экспертиза молочных товаров	72
Тема 11. Ассортимент, качество и экспертиза мясных товаров.....	75
Тема 12. Ассортимент, качество и экспертиза рыбных товаров	78
Тема 13. Ассортимент, качество и экспертиза швейных и трикотажных изделий	82
Тема 14. Ассортимент, качество и экспертиза обувных товаров.....	86
Тема 15. Ассортимент, качество и экспертиза товаров хозяйственного и культурно-бытового назначения	89
Тема 16. Ассортимент, качество и экспертиза канцелярских и школьно-письменных товаров.....	94
Тема 17. Ассортимент, качество и экспертиза парфюмерно-косметических и ювелирных товаров	97
СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ (ГЛОССАРИЙ).....	102
МАТЕРИАЛЫ ТЕСТОВОЙ СИСТЕМЫ	106
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ.....	116

Учебное издание

Архипов Анатолий Евгеньевич

Аршинова Анна Николаевна

ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

Учебно-методический комплекс

для студентов специальности 351300 «Коммерция (торговое дело)»

Корректор *Ю.И. Носырева*

Оператор компьютерной верстки *Л.В. Иванова*

Подписано в печать 21.11.2006 г. Формат 60x84¹/₈ Тираж 200 экз.

Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 16,0.

Новосибирский государственный университет экономики и управления
630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 52.