С. Л. Калачев

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ И ЭКСПЕРТИЗЫ

УЧЕБНИК ДЛЯ ВУЗОВ

3-е издание, переработанное и дополненное

Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для бакалавров для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям

Книга доступна на образовательной платформе «Юрайт» urait.ru, а также в мобильном приложении «Юрайт.Библиотека»

Москва ▪ Юрайт ▪ 2021

УДК 33(075.8)
ББК 30.609я73
К17

***Автор*:**

Калачев Сергей Львович — доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры товароведения и товарной экспертизы факультета экономики торговли и товароведения Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова.

***Рецензенты*:**

Лифиц И. М. — кандидат технических наук, профессор кафедры товароведения и экспертизы Российского государственного торгово-экономического университета;

Николаева М. А. — доктор технических наук, профессор, директор отраслевого центра повышения квалификации работников торговли.

Калачев, С. Л.

К17 Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник для вузов / С. Л. Калачев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 470 с. — (Высшее образование). — Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-534-13164-2

Работа с этим курсом позволит студентам получить комплексные и достаточно полные знания в области теории товароведения, изучить терминологию, используемую в товароведении; усвоить основные понятия, принципы, объекты и методы товароведения; ознакомиться с классификацией и ассортиментом товаров; изучить основополагающие товароведные характеристики товаров и обеспечивающие их факторы; овладеть методами определения и оценки качества товаров; изучить основы товарной экспертизы, сформировать представления о товарной информации и др.

При подготовке курса автор старался придерживаться традиционных приемов изложения теории товароведения, сохранить основы классического отечественного товароведения и одновременно с этим представить инновационные взгляды, свое видение ряда вопросов.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Для студентов профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования, обучающихся по направлениям «Товароведение», «Торговое дело», «Экономика», «Менеджмент», специальности «Таможенное дело».

Курс включает дополнительный практический материал, размещенный на сайте urait.ru.

УДК 33(075.8)
ББК 30.609я73

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

© Калачев С. Л., 2011
© Калачев С. Л., 2021, с изменениями
© ООО «Издательство Юрайт», 2021

ISBN 978-5-534-13164-2

Оглавление

Предисловие **7**

Принятые сокращения **9**

Тема 1. Товароведение: цели, задачи, объекты, субъекты, методы товароведения **11**

Вопросы и задания 17

Тема 2. Основополагающие характеристики товара **19**

Вопросы и задания 24

Тема 3. Общая классификация потребительских товаров **25**

Вопросы и задания 31

Тема 4. Классификация продовольственных или непродовольственных товаров по однородным группам **33**

Вопросы и задания 39

Тема 5. Общегосударственные классификаторы **40**

Вопросы и задания 50

Тема 6. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели. Управление ассортиментом **51**

6.1. Ассортимент товаров: основные понятия, виды и показатели 51

6.2. Ассортимент товаров: основы управления 59

Вопросы и задания 62

Тема 7. Состав, структура, строение и свойства материалов и изделий **64**

7.1. Химический состав и структура материалов и изделий 64

7.2. Характеристика основных свойств сырья, материалов и изделий 85

Вопросы и задания 118

Тема 8. Потребительские свойства товаров **121**

8.1. Общие понятия и классификация потребительских свойств 121

8.2. Характеристика номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров 125

Вопросы и задания 150

Тема 9. Безопасность товаров **152**

9.1. Общие положения 152

9.2. Классы опасности веществ 157

9.3. Характеристика видов опасности и показателей безопасности товаров ... 159
9.4. Законодательные требования в отношении безопасности товаров ... 199
Вопросы и задания ... 208

Тема 10. Методы определения качества товара ... 209
10.1. Органолептические методы определения качества товара ... 209
10.2. Измерительные методы определения показателей качества товара ... 217
10.3. Расчетные методы определения качества товара ... 243
10.4. Экспертные методы определения качества товара ... 244
10.5. Регистрационные методы определения качества товара ... 246
10.6. Социологический метод определения качества товара ... 246
10.7. Балльная оценка при определении показателей качества товара ... 247
10.8. Основы математико-статистической обработки результатов измерений ... 251
Вопросы и задания ... 253

Тема 11. Оценка качества товаров ... 255
Вопросы и задания ... 264

Тема 12. Градации качества и диагностика дефектов товаров ... 266
Вопросы и задания ... 272

Тема 13. Количественные характеристики товаров и товарных партий ... 273
Вопросы и задания ... 278

Тема 14. Стадии и этапы технологического жизненного цикла товаров ... 279
Вопросы и задания ... 285

Тема 15. Факторы, определяющие качество товаров ... 286
15.1. Факторы, формирующие качество товаров ... 286
15.2. Факторы, сохраняющие качество товаров ... 296
Вопросы и задания ... 301

Тема 16. Товарные потери ... 302
Вопросы и задания ... 305

Тема 17. Культура потребления и техническое обслуживание как факторы, сохраняющие качество товаров в процессе эксплуатации ... 306
17.1. Культура потребления товаров ... 306
17.2. Ремонт и техническое обслуживание непродовольственных товаров ... 310

17.3. Рациональное потребление продуктов питания 313
Вопросы и задания 314

Тема 18. Товарная информация: виды, формы, средства, требования, правовая база 315
18.1. Маркировка товаров 315
18.2. Штриховое (графическое) кодирование товаров 324
18.3. Информационные знаки 330
18.4. Информация для потребителя и эксплуатационные документы 343
18.5. Информация для потребителя в рекламе товаров 344
Вопросы и задания 350

Тема 19. Товароведные аспекты оценки потребительского рынка 352
Вопросы и задания 355

Тема 20. Товарно-сопроводительные документы: назначение и характеристика основных видов 356
Вопросы и задания 359

Тема 21. Фальсификация и идентификация товаров 360
Вопросы и задания 365

Тема 22. Товарная экспертиза 366
22.1. Товарная экспертиза: основные понятия, цели и задачи, характеристика основных видов 366
22.2. Экспертиза товаров: субъекты и требования к экспертам 379
22.3. Товарная экспертиза: организация, правила и порядок проведения 382
Вопросы и задания 387

Тема 23. Конкурентоспособность товаров 388
Вопросы и задания 392

Практикум 393

Рекомендуемая литература 426

Тезаурус 430

Справочные материалы 446

Приложения 449
Приложение 1. Размеры одежды 449
Приложение 2. Пищевые добавки 451
Приложение 3. Шкалы качества 454
Приложение 4. Лакокрасочные материалы 456
Приложение 5. Знаки соответствия 464
Приложение 6. Национальные знаки соответствия разных стран мира 465

Приложение 7. Транснациональные знаки соответствия 466
Приложение 8. Предупредительные знаки..... 467
Приложение 9. Обозначения классов защиты и ограничений в эксплуатации товаров 469

Предисловие

Дисциплина «Теоретические основы товароведения и экспертизы» является базовой дисциплиной по направлениям подготовки «Товароведение», «Торговое дело», «Экономика», «Менеджмент» и специальности «Таможенное дело». Изучение дисциплины создает основу для формирования специалиста широкого профиля не только в области товароведения и экспертизы, но и в прикладных экономических специальностях.

При подготовке курса автор стремился придерживаться традиционных приемов изложения теории товароведения, сохранить основы классического отечественного товароведения и одновременно с этим представить инновационные взгляды, свое видение ряда вопросов.

Работа с данным курсом позволит студентам получить комплексные и достаточно полные знания в области теории товароведения, изучить терминологию, используемую в товароведении; усвоить основные понятия, принципы, объекты и методы товароведения; ознакомиться с классификацией и ассортиментом товаров; изучить основополагающие товароведные характеристики товаров и обеспечивающие их факторы; овладеть методами определения и оценки качества товаров; изучить основы товарной экспертизы, сформировать представления о товарной информации и др.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать

- основные категории товароведения и их взаимосвязь;
- методы анализа потребительной стоимости;
- виды и методы классификации и кодирования товаров;
- виды, показатели и методы управления ассортиментом;
- факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров;
- общие и специфические требования, предъявляемые к товарам;
- номенклатуру потребительских свойств товаров;
- основные процедуры контроля качества товаров;
- основы идентификации товаров;
- основные понятия в области товарной экспертизы;
- принципы, виды, объекты, субъекты, средства товарной экспертизы;
- правила, порядок производства и оформления результатов экспертизы товаров в экспертной организации;

уметь

• систематизировать и обобщать информацию о товарах, их свойствах;

• работать с нормативной и технической документацией в области товароведения, оценки качества, совершенствования ассортимента и экспертизы товаров (законодательными и нормативными актами РФ, классификаторами, стандартами, сертификатами соответствия и др.);

• анализировать показатели ассортимента в торговых и производственных предприятиях;

• определять основные направления формирования эффективной структуры ассортимента;

• применять методы контроля качества товаров и обрабатывать результаты контроля;

• определять перечень и порядок операций при проведении экспертизы товаров;

• устанавливать соответствие содержания маркировки товаров установленным требованиям (в том числе обязательным требованиям, предъявляемым к информации для потребителей);

• использовать знания в области защиты прав потребителей;

владеть

• методами классификации и кодирования товаров, методологией определения показателей ассортимента и качества товаров и способами сохранения качества товаров;

• методами и средствами естественно-научных дисциплин для оценки потребительских свойств товаров;

• методологией товароведения для решения коммерческих задач в современных экономических условиях;

• рациональными способами и методами хранения, транспортирования и реализации товаров;

• методикой проведения экспертизы качества товаров;

• навыками оценки соответствия маркировки установленным требованиям;

• методами и средствами идентификации, экспертизы, оценки качества и безопасности товаров.

Все вопросы курса рассмотрены с учетом современного подхода к проблемам и целям товароведения, а также в соответствии с актуальными требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Для повышения эффективности усвоения теории курс содержит вопросы по темам и оригинальные практические задания.

Принятые сокращения

Конституция РФ — Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с поправками от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, 05.02.2014 № 2-ФКЗ, 21.07.2014 № 11-ФКЗ, 14.03.2020 № 1-ФКЗ)

КоАП РФ — Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ

ТК ЕАЭС — Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза)

Договор о ЕАЭС — Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014)

Закон о защите прав потребителей — Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»

Закон о качестве и безопасности пищевых продуктов — Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»

Закон о техническом регулировании — Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании»

Закон о таможенном регулировании — Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

ВОЗ — Всемирная организация здравоохранения

ВЭД — внешнеэкономическая деятельность

ГИБДД — Государственная инспекция безопасности дорожного движения

ГС — Гармонизированная система описания и кодирования товаров

ДНК — дезоксирибонуклеиновая кислота

ЕАЭС — Евразийский экономический союз

ЕТТ ЕАЭС — Единый таможенный тариф Евразийского экономического союза

ЕЭК — Евразийская экономическая комиссия

ЕЭС — Европейское экономическое сообщество (1957—1993 гг.)

КНЕС — Комбинированная номенклатура Европейского союза

КПД — коэффициент полезного действия

МВД России — Министерство внутренних дел Российской Федерации

Минобороны России — Министерство обороны Российской Федерации

Минсельхоз России — Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

ОКДП — Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг

ОКП — общероссийский классификатор продукции

ОКПД — Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности

ОКУН — Общероссийский классификатор услуг населению

ОПИ ГС — Основные правила интерпретации Гармонизированной системы описания и кодирования товаров

ОСАГО — обязательное страхование автогражданской ответственности

ПДК — предельно-допустимая концентрация

Росаккредитация — Федеральная служба по аккредитации

Роспотребнадзор — Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека

Россельхознадзор — Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору

Росстандарт — Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии

Ростехнадзор — Федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору

СВЧ — сверхвысокие частоты

ТЗ — техническое задание

ТН ВЭД — Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

ТН ВЭД ЕАЭС — Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза

ТР — технический регламент

ТР ЕАЭС — Технический регламент Евразийского экономического союза

ТР ТС — Технический регламент Таможенного союза

ФГОС — федеральный государственный образовательный стандарт

ФНС России — Федеральная налоговая служба

ФТС России — Федеральная таможенная служба

ЭВМ — электронно-вычислительные машины

Тема 1
ТОВАРОВЕДЕНИЕ: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ОБЪЕКТЫ, СУБЪЕКТЫ, МЕТОДЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

В результате изучения данной темы студенты должны:

знать

• основные понятия, термины и определения в области товароведения;

• общие закономерности формирования и проявления потребительной стоимости;

• основные категории товароведения;

уметь

• логически верно, аргументированно и ясно излагать информацию, относящуюся к основным товароведным понятиям;

владеть

• культурой мышления, способностью к обобщению и восприятию информации в области товароведения.

В процессе жизнедеятельности у человека возникают разнообразные **потребности**. Они дифференцированы в зависимости от половозрастных, физиологических, психологических особенностей и социального статуса индивида (семьи), типа личности, образа жизни и т. д. Потребности в пище, одежде, жилье относятся к физиологически необходимым потребностям для поддержания жизнеспособности и воспроизводства жизни.

Потребности возникают в подсознании человека в результате личного или общественного опыта, на основе информации о совокупности средств удовлетворения потребностей и обусловлены его материальными возможностями.

Потребности создают покупательский спрос, в соответствии с которым предприятия разрабатывают и производят продукцию.

Продукция — это результат деятельности, представленный в материальной материально-вещественной форме и предназначенный для дальнейшего использования в хозяйственных и других целях.

Продукцией являются технологическое сырье, материалы, полуфабрикаты, готовые изделия, которые выпускаются производствен-

ными предприятиями, индивидуальными предпринимателями в рамках технологического процесса.

На предприятиях торговли, куда поступает продукция, ее группируют в зависимости от характера спроса и реализуют покупателям. В процессе перехода продукции из сферы производства в сферу товарного обращения она становится товаром. Иными словами, товар — это продукция, предназначенная для обмена путем купли-продажи.

По ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» **товар** — это объект гражданских прав (работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Товары являются объектом изучения товароведения.

Товары народного потребления — это товары, предназначенные для продажи населению с целью личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Товары производственного назначения — это товары, предназначенные для продажи юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям с целью их использования в хозяйственной деятельности.

К товарам производственного назначения относят технологическое оборудование, строительно-дорожную технику, транспортные машины общего пользования, топливно-сырьевые товары и т. п.

Удовлетворение потребностей людей происходит в процессе использования товаров, например, при ношении одежды, обуви, потреблении продуктов или сенсорном восприятии предметов (цветы, парфюмерия), при интеллектуальном осмыслении, вызывающем эмоциональное, психологическое удовлетворение (книги, музыка, развлекательные программы для персональных компьютеров, видеофильмы и др.). Товары удовлетворяют потребности благодаря своим свойствам. Степень ценности товара зависит от его свойств и индивидуальна для каждого человека.

Предметом изучения товароведения является **потребительная стоимость товара**. Она создается природой, трудом человека в рамках технологического процесса, из исходных материалов формируясь в продукцию, назначением которой является удовлетворение материальных или духовных потребностей людей.

Потребление товара носит массовый характер, но имеет особенности, индивидуальные для каждого человека.

Продукты труда, произведенные для личного потребления, обладают индивидуальной потребительной стоимостью, оцениваемой

с индивидуальных позиций создателя. Продукты труда, предназначенные для общественного потребления, обладают общественной потребительной стоимостью, оцениваемой с позиций совокупности потребителей, для которых произведен товар.

Общественная потребительная стоимость товаров характеризуется двумя неразрывно связанными сторонами: материально-вещественной и социально-экономической. Ученые выделяют единичную общественную потребительную стоимость (единичная потребительная стоимость, потребительная стоимость) и совокупную общественную потребительную стоимость товаров. Удовлетворение потребностей отдельного человека и его семьи обусловлено **единичной потребительной стоимостью**.

Один и тот же товар для разных потребителей может иметь разную величину потребительной стоимости.

Совокупная общественная потребительная стоимость товаров создается для удовлетворения потребностей общества или отдельных его групп. Она формируется единичными потребительными стоимостями, поэтому степень удовлетворения потребностей зависит не только от качества товара, но и от его количества. При перепроизводстве или снижении платежеспособности покупателей часть товаров может потерять свою реальную потребительную стоимость и стать бесполезной. Поэтому общественная потребительная стоимость товаров определяется их качеством и количеством, у нее есть качественные и количественные характеристики.

Таким образом, товароведение изучает единичную потребительную стоимость, удовлетворяющую потребности людей и характеризуемую в товароведении категорией «качество», и совокупно-общественную потребительную стоимость, призванную удовлетворять потребности социальных групп и характеризуемую категорией «ассортимент».

Это обусловливает **два основных блока задач товароведения**:

1) в категории *ассортимент товаров*:

— систематизация ассортимента товаров на основе современных методов классификации и кодирования;

— изучение свойств и показателей ассортимента для анализа и управления ассортиментной политикой производственных предприятий и коммерческих организаций;

2) в категории *качество товаров*:

— определение основополагающих характеристик товаров, номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров;

— выявление и систематизация признаков и критериев идентификации, разработка терминов и понятий основных товарных (ассортиментных) единиц;

— оценка качества товаров, в том числе новых отечественных и импортных;

— выявление градаций качества и дефектов товаров, причин их возникновения и мер по предупреждению реализации некачественных товаров;

— выявление факторов, определяющих и обеспечивающих сохранность качества товаров на разных этапах их технологического цикла.

Метод товароведения основан на комплексном естественно-техническом и социально-экономическом системном подходе к изучению потребительной стоимости, ассортимента и качества товаров. Товароведение изучает качественные и количественные проявления потребительной стоимости товаров, условия ее изменения при хранении, транспортировании, эксплуатации и потреблении товара. Потребительная стоимость обусловливается свойствами товара. Знание простых и комплексных свойств является *основой товароведной оценки качества товаров*.

В рамках товароведного исследования и оценки качества товаров изучаются их физические и химические свойства (масса, цвет, размер, гигиеничность, прочность, долговечность и т. д.), которые зависят от состава, строения, структуры материалов и товаров.

Товароведение базируется на естественных науках (физике, химии, биологии) и технологических отраслевых дисциплинах. Без знания природы и особенностей технологии производства, сущности технологических процессов производства информация о товаре является поверхностной и нецелостной. Товароведение связано и с социально-экономическими дисциплинами — маркетингом, организацией и технологией коммерческой деятельности, экономикой. Их объединяют последующие и сопутствующие межпредметные связи.

Информация о свойствах и качестве товаров является основой рационального формирования ассортимента товаров, определения норм потребления товаров и объема спроса, создания рекомендаций по рациональному использованию и обслуживанию товаров и т. д.

В ГОСТ Р 51303-2013 дано следующее определение: «товароведение — это наука и учебная дисциплина об основополагающих характеристиках товаров, определяющих потребительские свойства, и факторах обеспечения этих характеристик». Это определение охватывает далеко не все области учебного, научно-практического товароведения.

Товароведение — это комплексная социально-экономическая и естественно-техническая дисциплина, изучающая закономерности проявления, формирования, оптимизации, развития ассортимента и качества товаров, раскрывающая возможности практического использования познанных законов в системе общественного воспро-

изводства с целью удовлетворения неуклонно развивающихся материальных и культурных потребностей.

Товароведение возникло в XVI в. в связи с развитием внешнеторговых связей. Первая кафедра товароведения (растительных и животных фармацевтических материалов) была учреждена в 1549 г. в Падуанском университете (Италия). В России первым изданием по товароведению стала «Торговая книга» 1575 г. для торговых людей.

Товароведение как учебная дисциплина состоит из общего и специального разделов. *Общее* товароведение изучает фундаментальные теоретические аспекты, взаимосвязи между свойствами товаров, закономерности их проявления. *Специальное* товароведение посвящено отдельным группам продовольственных и непродовольственных товаров, их видам, свойствам исходного сырья, материалам, способам их получения, влиянию основных технологических процессов и конструкций изделий на формирование потребительских свойств, ассортименту товарных групп, требованиям к качеству, маркировке, упаковке, транспортированию и хранению.

Научно-экспериментальная разработка требований к товарам, всестороннее изучение свойств материалов, установление большей или меньшей их пригодности для выработки изделий, выбор показателей качества, разработка методик проведения товароведных оценок составляют *предмет товароведных исследований*, а оценка качества товаров по установленным показателям — *предмет товароведных испытаний*.

Наука «Товароведение» обладает высокой социальной адресностью. Настоятельную необходимость в ней ощущают практически все работники сферы товарного обращения, а также потребители. В условиях активной конкуренции сложно представить производственное предприятие, предприятие общественного питания или торговли, которое не испытывало бы потребности в специалистах, владеющих знаниями в области товароведения и экспертизы товаров.

В сфере торговли субъектами товароведной деятельности являются товароведы. Подготовка таких специалистов ведется в соответствии с ФГОС среднего профессионального и высшего образования.

Согласно ФГОС *основными видами профессиональной деятельности* выпускника по направлению «Товароведение» являются товароведная, экспертная, оценочная, коммерческая (по закупкам и реализации товаров); экономико-производственно-управленческая и учетная, экономико-учетная, маркетинговая (исследование структуры потребностей населения в товарах, анализ спроса и потребления, реклама товаров и др.), экспериментально-исследовательская, торгово-закупочная; организационно-управленческая в области то-

варного менеджмента; торгово-технологическая; оценочно-аналитическая; научно-исследовательская.

Разумеется, основная деятельность такого специалиста — товароведная, которая включает в себя управление ассортиментом товаров; проведение сертификации товаров и услуг, измерение и оценку потребительной стоимости, уровня качества и конкурентной способности и др.

В ГОСТ Р 51305-2009 «Услуги торговли. Требования к персоналу» указаны как общие, так и частные требования к товароведу (менеджеру по качеству товаров):

— наличие высшего или среднего профессионального образования;

— знание номенклатуры и ассортимента продаваемых товаров, умение их оценивать, определять дефекты и причины их возникновения;

— знание товароведных характеристик и показателей качества продаваемых товаров, нормативных и технических документов (ГОСТ Р, СТО, ТУ и др.) на товары;

— знание и контроль за соблюдением основных требований к маркировке товаров и информации для потребителей в соответствии с требованиями ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования»; ГОСТ Р 51087-97 «Табачные изделия. Информация для потребителя» и др., а также правилами продажи отдельных видов товаров.

Отдельные требования связаны с трудовыми действиями товароведа в торговле:

— участие в рассмотрении претензий покупателей к качеству товаров;

— осуществление контроля за соблюдением условий поставки, транспортирования, приемки товаров; правил маркировки и упаковки товаров; условий хранения товаров на складах предприятия; размещения товаров в торговых залах, сроков годности и условий реализации товаров на предприятиях торговли;

— своевременное оформление претензионных материалов по качеству, упаковке и маркировке товаров;

— участие в формировании ассортимента реализуемых товаров;

— осуществление своевременного контроля за качеством товаров, участие в изъятии из реализации (продажи) товаров с истекшими сроками годности, с дефектами, ненадлежащего качества.

Вместе с тем товароведная деятельность не ограничивается работой в системе торговли.

Товароведы работают на предприятиях разных отраслей народного хозяйства:

— в оптовой и розничной торговле (в качестве товароведа, менеджера по закупкам, менеджера по продажам товара, руководителем организации);

— на производственных предприятиях (в качестве менеджера по сбыту продукции, работника отдела технического контроля, менеджера по качеству);

— в лабораториях ФТС России и ФНС России (в качестве эксперта, оценщика, научного сотрудника, руководителя лаборатории);

— в центрах сертификации продукции и услуг (в качестве эксперта, дегустатора, научного сотрудника, руководителя лаборатории или испытательного центра);

— в экспертных центрах и испытательных лабораториях, выполняющих экспертизы товаров.

Подготовка товароведов ведется в рамках среднего специального и высшего профессионального образования в профессиональных образовательных организациях и образовательных организациях высшего образования РФ.

Товароведение является важным инструментом не только в руках эксперта сертификационного центра, инженера и технолога на производстве и торгового работника, но и рядового потребителя и покупателя.

Покупатель — это физическое лицо, кроме индивидуальных предпринимателей, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее или приобретающее для использования товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Потребитель — это человек, который потребляет (продовольственный товар) или эксплуатирует (непродовольственный) приобретенный или переданный ему безвозмездно товар.

Научно-технический прогресс, развитие средств массовой информации, интернет сделали доступными информационные ресурсы, раскрывающие принципы выбора, правила использования товара и ухода за ним, обеспечили возможность обмена мнениями потребителей на интернет-форумах. Такая информация вооружает покупателя против недобросовестного изготовителя, выпускающего дефектную, низкокачественную продукцию; необразованного и корыстолюбивого продавца, работающего только для получения максимальной прибыли; специалиста по рекламе, вводящего потребителя в заблуждение.

Вопросы и задания

1. Что такое продукция? Когда продукция становится товаром?
2. Что является объектом и предметом товароведения?
3. Дайте определение терминам «товар» и «товар народного потребления».

4. Что делает товар полезным для людей? На чем основана способность товара удовлетворять потребности человека?

5. Объясните понятия «индивидуальная потребительная стоимость», «единичная общественная потребительная стоимость», «совокупная общественная потребительная стоимость».

6. С чем могут быть связаны различия в единичной потребительной стоимости товара для разных людей?

7. Каковы задачи товароведения в категории «ассортимент»?

8. Каковы задачи товароведения в категории «качество»?

9. Какой метод исследований применяют ученые-товароведы?

10. С какими дисциплинами взаимосвязано товароведение?

11. В чем заключается актуальность современного товароведения?

12. Какова социальная роль товароведения?

13. Назовите и опишите субъекты товароведной деятельности.

14. Какие виды профессиональной деятельности может выполнять специалист-товаровед?

15. В каких отраслях народного хозяйства работают специалисты с товароведными знаниями?

16. Что дает знание товароведения покупателям?

Тема 2
ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОВАРА

В результате изучения данной темы студенты должны:

знать

• основные понятия, термины и определения, относящиеся к основополагающим характеристикам товаров;

• особенности проявления качественных, количественных, ассортиментных и стоимостных характеристик товаров;

уметь

• различать основополагающие товароведные характеристики товаров;

владеть

• навыками восприятия информации о товаре, обобщения, анализа товароведных характеристик товаров.

Свойства любого товара характеризуются признаками.

Признак товара — это качественная или количественная характеристика любых свойств или состояний товара.

К *качественным характеристикам товара* относятся цвет материала, форма изделия, наличие на поверхности детали определенного покрытия, профиль. Среди качественных признаков большое значение имеют альтернативные признаки, используемые при статистическом контроле качества. Они могут иметь только два взаимоисключающих варианта — например, наличие или отсутствие дефектов в изделии, наличие или отсутствие защитно-декоративного покрытия, возникновение или отсутствие отказа.

Под *количественными характеристиками товара* понимаются его параметры, количественно характеризующие любые свойства и состояния. Так, к параметрам велосипеда относятся его масса (кг), база (мм), плечо устойчивости; к параметрам бытового пылесоса относятся разряжение (кПа), создаваемое в трубке воздуховода, номинальная потребляемая мощность (Вт).

Показатель качества может представлять собой частный случай параметра товара. Например, для посуды из стекла и керами-

ки — это вместимость ($см^3$), для соковыжималки — эффективность отжима сока (%). Многие показатели качества товара являются функциями его параметров. Например, мощность двигателя легкового автомобиля определяется произведением крутящего момента на угловую скорость коленчатого вала; шаг велосипеда (расстояние, проходимое велосипедом за один оборот шатунов) зависит от передаточного отношения, диаметра, длины окружности колес и рассчитывается как произведение передаточного отношения на длину окружности ведущего колеса.

Ассортиментная характеристика товара — это совокупность отличительных видовых свойств и признаков товара, определяющих их функциональное или социальное назначение.

Ассортиментная характеристика товара обусловлена его качественными и количественными характеристиками. Так, для легкового автомобиля его ассортиментная характеристика может быть обусловлена типом кузова и типом привода, поскольку эти конструктивные особенности создают возможные варианты использования автомобилей и позволяют создать варианты, ориентированные на разные группы потребителей. Если легковой автомобиль с кузовом «седан» предназначен для перевозки четырех-пяти любых пассажиров и их багажа, то автомобиль с кузовом «купе» или «хетчбек» ориентирован, как правило, на двух пассажиров, причем более укороченная база и дизайн в спортивном стиле делают предпочтительным этот вариант для молодых людей. Кузов «универсал» с удлиненной базой, штатными стойками под багажник позволяет использовать автомобиль не только для перевозки нескольких человек, но и для транспортировки длинномерных грузов. Автомобиль с таким кузовом ориентирован на владельцев дачных участков, представителей малого бизнеса, которые часто перевозят малогабаритные грузы.

Автомобили с бóльшим объемом пространства салона — минивены и компакт-вены — для перевозки четырех-пяти пассажиров в комфортных условиях предназначены для покупателей, совершающих длительные поездки (в частности, семейные путешествия). Более крупногабаритные автомобили — микроавтобусы — ориентированы для перевозки пяти-десяти человек.

Ассортиментной характеристикой автомобиля является его класс, который зависит от объема двигателя, вместимости, грузоподъемности, размеров машины. Наиболее компактны и экономичны автомобили малого и особо малого классов, поэтому их относят к городским автомобилям для поездок на работу и в магазины. Автомобили среднего и большого класса рассчитаны для поездок за город, на дальние расстояния. Они характеризуются большей

комфортностью и лучшими скоростными характеристиками. Автомобили высшего класса высококомфортабельны и, соответственно, имеют высокую стоимость, поскольку предназначены для представительских целей — перевозки vip-персон, обеспеченных граждан, проведения торжественных мероприятий. Такие машины малопригодны для повседневного использования, поскольку обладают низкой маневренностью и неэкономичны.

Ассортиментные характеристики товаров представляются потребителям через класс, группу, вид, тип, наименование, марку товара.

Ассортиментная характеристика позволяет правильно идентифицировать и классифицировать товар, что обусловливает правильность оформления документов, которые сопровождают товар на разных этапах товародвижения. Особое значение это имеет при сертификации товаров, таможенном декларировании, регистрации товаров (например, таких как колесные транспортные средства, маломерные суда, спортивное и охотничье оружие) в государственных органах (инспекциях), осуществляющих контрольные и надзорные функции за эксплуатацией или оборотом товаров.

Стоимостная характеристика товара обусловлена, с одной стороны, затратами, понесенными изготовителем и продавцом товара, с другой стороны — затратами, которые готов понести потребитель для обладания товаром. Стоимостная характеристика товара показывает взаимодействие спроса и предложения в отношении однородных товаров, характеризует конкурентную ситуацию на товарном рынке и отражает размер и структуру затрат потребителя на потребление или эксплуатацию товара.

Закономерности изменения стоимостной характеристики товара на товарном рынке изучают экономические дисциплины. Стоимость, как и количественные характеристики товаров, является предметом оценки в хозяйственной деятельности. Оценка стоимости проводится при закупке, скупке товаров бывших в употреблении, возмещении ущерба в случае утраты и порчи товаров (например, при оказании страховых услуг), списании и уценке товаров в торговле, при наследовании товаров, таможенном декларировании товаров и иных случаях предусмотренных законодательством РФ. Товароведение рассматривает стоимостную характеристику товара с учетом расходов, возникающих при владении товаром и использовании товара в течение его срока службы и ресурса. Для многих товаров такая стоимостная характеристика, как расходы на эксплуатацию, является значимой и используется в товароведной оценке потребительских товаров наряду с количественными и качественными характеристиками. Розничная цена, также являясь стоимостной характеристикой товара, существенно влияет на конкурентоспособность и спрос и может устраивать или не устраивать покупателя в зависимости от того, каким уровнем доходов он об-

ладает и как воспринимает численное значение цены. Как правило, пониженная розничная цена товара увеличивает спрос.

Для большинства потребительских товаров чем выше цена, тем ниже спрос, и чем ниже цена, тем выше спрос. Повышение цены снижает количество продаваемого товара. Это объясняется желанием потребителей удовлетворить свою потребность наиболее экономичным путем.

Потребитель, выбирая товар, выискивает собирает информацию о местах продажи, ассортименте, потребительских свойствах и ценах нужного товара (услуг), затем сопоставляет свойства товара, референтные цены на него и находит наиболее экономически рациональный путь приобретения. Референтные цены содержатся в рекламе, узнаются у продавцов, хранятся в памяти потребителя и извлекаются им для оценки цены интересующего товара, а также для проверки цен, предлагаемых рекламой.

Для ряда потребительских товаров спрос малоэластичен по цене. К ним можно отнести товары ежедневного спроса, покупаемые автоматически, вызывающие сильное привыкание, например алкоголь, табак. Продавцы формируют стандартное традиционное покупательское поведение, приучая потребителя покупать товары одной и той же фирмы. Привыкание к совершению покупок одного и того же товара в одном магазине вырабатывается выдачей купонов на покупку на определенную сумму, накопление которых позволяет получить товар со скидкой или бесплатно.

Изменение цены товара вызывает разную реакцию покупателей. Ценовосприятие субъективно и зависит от личного опыта потребителя. Если спрос эластичный, то снижение цены повышает конкурентоспособность, но может оказать и негативное влияние. Например, снижение цены может рассматриваться покупателями как предстоящая замена товара новой моделью; наличие в товаре дефектов; свидетельство прекращения производства товара и отсутствие в будущем сервисного обслуживания, запчастей; возможно большее снижение цены.

Покупатели привыкли, что низкую цену имеют товары, продаваемые в большом количестве, несколько штук сразу или в крупной упаковке. Снижение цен происходит на распродажах товаров, и покупатели, привыкшие к этому, стремятся к покупке. Однако далеко не всегда товары на распродажах имеют сниженные цены, но покупатели приобретают их с уверенностью в экономической выгоде.

В некоторых случаях высокая цена на товар делает его более конкурентоспособным. Это явление называется *эффект Веблена*, или *демонстративное потребление*. Потребитель может рассматривать цену как показатель, характеризующий качество товара. Метод такого повышения цен считается эффективным применительно к продаже духов, автомобилей, одежды, т. е. не часто покупаемых това-

ров. Принцип покупательского восприятия «чем выше цена, тем выше качество» характерен для многих групп непродовольственных товаров.

Помимо цены приобретения товара для потребителей имеют значение затраты на эксплуатацию, ремонт, техническое обслуживание и утилизацию, что в целом составляет цену потребления товара (рис. 2.1).

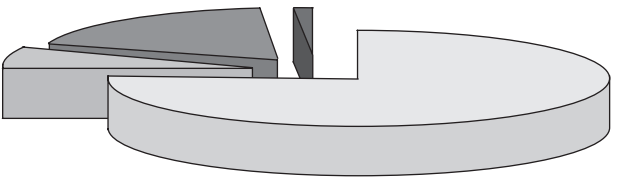

Рис. 2.1. **Структура цены потребления товара:**
□ — цена приобретения; □ — затраты на техническое обслуживание и ремонт; ■ — затраты на эксплуатацию; ■ — затраты на утилизацию

Для потребителей со средним и высоким уровнем доходов цена товара обладает престижем. Увеличение цены ведет к повышению конкурентоспособности товара, поскольку цена участвует в его демонстративном потреблении. На таких потребителей ориентируются престижные изготовители. Их товары зачастую по качеству не лучше аналогичных товаров на рынке, но имеют более высокую цену.

Потребители, покупающие дорогие товары, не признаются, что платят дороже за марку, участвующую в демонстративном потреблении. Приобретение дорогих товаров покупатели аргументируют их качеством. Но практика потребления показывает, что разница в качестве обычных товаров и товаров демонстративного потребления незначительна или отсутствует. Долговечность товаров, особенно одежды, компьютерной техники определяется в большей степени моральным старением, наступающим значительно раньше, чем физический износ. Современный западный или японский автомобиль за 10 тыс. долл. в течение пяти-семи лет имеет такую же вероятность безотказной работы, как и купленный за 30—50 тыс. долл. Достижение максимально разрешенной скорости на дорогах общего пользования одинаково доступно и дорогим автомобилям, и автомобилям по умеренной цене. Полезные функции дорогих моделей (автоматический подъем стекла и регулировка сидений, измерение температуры воздуха, кондиционер и т. п.) не могут иметь цену, равную цене двух относительно недорогих автомобилей. Поскольку люди с достатком меняют автомобили через три-шесть лет после покупки, то долговечность машин для них имеет небольшое значение. Платят за престижность модели, а составной частью покупки престижа является регулярное обновление автомобиля.

Вопросы и задания

1. Дайте определение понятия «признак товара».
2. Приведите примеры качественных признаков товара.
3. Чем характеризуются количественные признаки товара?
4. Приведите примеры количественных признаков товара.
5. Поясните характер взаимосвязи качественных и количественных характеристик товара с качеством.
6. Что показывает ассортиментная характеристика товара? Приведите примеры.
7. Что подразумевается под стоимостной характеристикой товара?
8. С каких позиций товароведы рассматривают стоимостную характеристику товара?
9. Как влияет стоимость товаров на спрос и характер потребления?

Тема 3
ОБЩАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

В результате изучения данной темы студенты должны:

знать

- цели, задачи, принципы и объекты классификации;
- виды признаки классификации товаров;
- правила построения классификационных систем;

уметь

- работать с массивами данных по их упорядочению методами логического анализа;

владеть

- общими правилами и методами классификации.

Научные исследования и практическое изучение рынка потребительских товаров, спроса и потребления товаров; учет и контроль товаров в сферах обращения и производства; управление ассортиментом и товарными потоками на микро- и макроуровнях основаны на обобщении и систематизации ассортимента товаров. В основе систематизации совокупности товаров лежит их классификация.

Классификация товаров — это разделение множества товаров на подмножества по их сходству или различию в соответствии с принятыми методами.

Для отнесения товара к какой-либо классификационной группе используют признаки классификации — свойства или характеристики объекта, на основе которых производится классификация (назначение, сырье, материал изготовления, способ производства, отделки, обработки, конструкция, вид, размер, сорт, агрегатное состояние и др.) (табл. 3.1).

Признак *назначение и применение* часто используются для систематики современного ассортимента потребительских товаров, например: а) ювелирные товары делятся по назначению на предметы личных украшений, предметы туалета, принадлежности для курения, предметы для сервировки стола, письменные принадлежности,

предметы для украшения интерьера, принадлежности для часов, сувениры; б) детские игрушки делятся по педагогическому назначению на игрушки, способствующие развитию сенсорно-моторных функций (первоначальных движений и восприятий — погремушки, подвески, шарики и др.), физическому развитию детей (скакалки, кегли, велосипеды, санки и др.), знакомящие детей с окружающей природной средой (образно-сюжетные игрушки — куклы, фигурки людей, животных, рыб и др.), знакомящие с элементами науки и техники (политехнические игрушки — конструкторы, модели транспортных средств и др.), знакомящие с трудовыми процессами (лопатки, грабли, инструменты и др.), способствующие музыкальному и художественному развитию детей (детские музыкальные инструменты, пластилин и др.); по дидактическому назначению (настольные игры, игрушки-забавы (смешные, танцующие и прыгающие фигурки животных и др.)); в) бытовые электрические приборы делятся по назначению на приборы для освещения помещений, для уборки помещений, для отопления помещений и поддержания микроклимата, для хранения продуктов питания и напитков, для обработки белья, для приготовления пищи, для личной гигиены.

Таблица 3.1

Применение признаков классификации товаров

Наименование признака классификации	**Содержание и определение признака**	**Примеры выделения классификационных группировок**
Назначение и применение	Целевое	Косметика косметическая, декоративная. Круглые лесоматериалы для распиловки, для строгания и лущения, для выработки целлюлозы и древесной массы, для использования только в круглом виде
	Функциональное	Косметика гигиеническая, косметическая, защитная, лечебно-профилактическая, специальная
	Сфера применения	Косметика для ухода за кожей, полостью рта, волосами, ногтями
Материал (сырье, полуфабрикат)	Происхождение	Душистые вещества естественные, искусственные, синтетические
	Природа материала	Мебель деревянная, металлическая, пластмассовая

Окончание табл. 3.1

Наименование признака классификации	**Содержание и определение признака**	**Примеры выделения классификационных группировок**
	Вид сырья или материала	Посуда стальная, латунная, нейзильберовая
Способ производства	Характер труда	Одежда ручного, машинного производства
	Особенности производства (методы изготовления)	Мебель столярная, плетеная, прессованная, штампованная, гнутоклеенная
Отделка	Характер механической обработки поверхности товара	Посуда шлифованная, полированная
	Способ колористической (химической) обработки товара	Ткани отбельные, гладкокрашеные, набивные
Отделка	Материал покрытия	Посуда оцинкованная, никелированная
	Способ покрытия	Луженая
	Вид украшения (декора)	Гравированная
Конструкция	Способ соединения узлов (агрегатов)	Разъемное, неразъемное
	Характер взаимодействия (соединения) деталей	Подвижное, неподвижное

Признак *назначение* часто используется совместно с таким признаком, как *материал* (сырье, полуфабрикат) изготовления. Например, фарфоровая посуда подразделяется на столовую, чайную, кофейную и посуду для прочих бытовых нужд; ножи подразделяются на столовые, хозяйственные, гастрономические, ремесленные, промысловые, сельскохозяйственные.

Признак *вид исходного сырья* применяется как в высших, так и в низших звеньях классификации товаров. Например, непродовольственные товары по виду исходного материала подразделяются на группы: силикатные, металлические, кожевенно-обувные, пушно-меховые, бумажные, пластмассовые, древесные товары.

Генетический признак широко применяется при внутригрупповой классификации галантерейных и обувных товаров, строительных материалов, игрушек, изделий народных художественных промыслов и т. п.

Технологические признаки классификации товаров основаны на способе производства, видах операций, конструкции, отделке

и т. п. Например, деревянная мебель по способу производства делится на столярную, гнутую и плетеную; по видам технологических операций и конструкции основных узлов столярная мебель, в свою очередь, делится на щитовую, каркасную и каркасно-щитовую; по виду отделки мебель различается на крашеную, имитированную под ценные породы древесины, лакированную, полированную, с резьбой и т. д.

Признак *особенность конструкции* как самостоятельный классификационный признак применяется главным образом в низших ступенях классификации и для внутривидовых делений предметов. Например: стулья по конструкции сиденья бывают мягкие, полумягкие и жесткие; музыкальные инструменты (мандолины) по конструкции корпуса делятся на овальные, полуовальные и плоские.

Особенности конструкции отдельных узлов товара могут служить основанием для деления его на разновидности. Но иногда особенности конструкции изделия обусловливаются другими классификационными показателями. Например: конструкция рамы велосипедов (открытые, закрытые, складные) и деление их по половозрастным признакам на мужские, женские, подростковые, школьные, детские. Половозрастной признак, так же как и конструктивную особенность, желательно использовать преимущественно в низших звеньях систематики, чтобы подчеркнуть внутривидовые различия.

Возрастной признак является важным для детских игрушек, поскольку дети разных возрастов имеют разный уровень развития, по-разному проявляют интерес к окружающим их предметам, предпочитают те игрушки, которые им близки и понятны. По этому признаку игрушки делятся на игрушки для детей ясельного возраста (до 3 лет), дошкольного (от 3 до 6 лет) и школьного возраста (от 7 до 14 лет).

Каждая группа тоже делится на подгруппы. Например, для детей ясельного возраста существуют игрушки: для первой группы раннего возраста (погремушки, подвески); для второй группы раннего возраста (дети до двух лет — матрешки, мячи, ходунки, прыгунки, пупсы); для первой младшей группы (до трех лет — кольца, пирамиды, кубики с разрезными картинками, пони-качалки, трехколесные велосипеды, совки, лопатки).

Признак *сезонность использования* (*эксплуатации*) товаров применяется как классификационный признак взамен функционального или же наряду с функциональным признаком. Например, спортивные товары подразделяются на товары для зимнего спорта — вместо лыжного и конькобежного спорта — и товары для летнего спорта.

Признаками классификации могут быть *размерные данные*, *агрегатное состояние*, *свойства товара*, *применяемые для характеристики только определенных видов изделий*.

Выбор признаков обусловливается назначением классификации. Так, в России используется классификация легковых автомобилей на основе рабочего объема двигателя и массы снаряженного автомобиля (табл. 3.2). Эта классификация применяется изготовителями как отраслевая, налоговыми и таможенными органами — для установления сборов. Масса снаряженного автомобиля и рабочий объем двигателя характеризуют конструкцию и определяют его функциональную эффективность.

Таблица 3.2

Классы легковых автомобилей на основе массы снаряженного автомобиля и рабочего объема двигателя

Класс автомобиля	Масса снаряженного автомобиля, кг	Рабочий объем цилиндров двигателя, дм^3
Особо малый	До 600	До 0,85
	600—700	0,85—1,1
Малый	700—850	1,1—1,3
	850—950	1,3—1,5
	950—1050	1,5—1,8
Средний	1050—1500	1,8—3,5
Большой	1500 и более	3,5 и более

Часто встречается классификация, которая в силу особенностей ассортимента отступает от правил и сочетает в себе несколько признаков. Например, материалы и изделия из древесины по внешнему виду, характеру обработки и степени готовности подразделяют на круглые лесоматериалы, пиломатериалы, полуфабрикаты и готовые изделия, детали сборных конструкций и столярные изделия, сборные дома и комплекты деталей для них.

Приведем *правила классификации товаров*:

— классификацию следует начинать с более общих признаков, а затем переходить к частным;

— признаки классификации должны быть наиболее значимыми, логически выделенными, характерными для товара;

— на каждой ступени классификации можно использовать лишь один классификационный признак;

— метод классификации должен быть оптимальным и согласованным с целью использования классификации.

При проведении анализа торгового ассортимента специалистам часто требуется формировать собственные системы классификации и классификационные группировки. В этих случаях нужно выполнять *следующие требования*:

— размер и количество классификационных группировок должно обеспечивать максимальную обозримость ассортимента;

Рис. 3.1. **Схема иерархической классификации косметических товаров**

— классификация должна содействовать наиболее полному изучению основных свойств и особенностей товаров;

— учитывать возможность обновления ассортимента товаров и дополнение его новыми видами и разновидностями;

— обеспечивать возможность электронной обработки данных.

Существуют *два метода классификации*:

— иерархический метод классификации — это последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки (рис. 3.1);

— фасетный метод классификации — это параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки (рис. 3.2).

Совокупность правил и методов классификации называется **системой классификации**, которая используется государственными и негосударственными организациями, участвующими в производстве товаров, в целях контроля производственного процесса, а также для управления производством и обращением товаров.

Рис. 3.2. **Фасетная классификация бытовых электрических утюгов**

Вопросы и задания

1. Для чего необходимо систематизировать товары?

2. Что такое классификация товаров и для каких целей она проводится разрабатывают системы классификации товаров?

3. Что такое признак классификации? Приведите примеры наиболее общих и частных признаков классификации.

4. Приведите примеры классификации товаров по целевому, функциональному назначению, области применения.

5. Какие признаки классификации товаров называются технологическими?

6. Поясните, какое содержание заложено в признак «конструкция».

7. Укажите товары, для которых систематизация на основе возрастного назначения играет важное практическое значение.

8. Объясните сущность правил классификации.

9. Какие методы классификации вы можете назвать? В чем их сущность, достоинства и недостатки?

10. Представьте фасетную классификацию бытовых электрических приборов по целевому назначению и конструкции.

Тема 4
КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ИЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ ПО ОДНОРОДНЫМ ГРУППАМ

В результате изучения данной темы студенты должны:

знать

• особенности построения классификационной системы потребительских товаров;

уметь

• работать с массивами данных по их упорядочению методами логического анализа;

владеть

• навыками формирования и использования систем кодирования товаров.

Существуют различные системы классификации ассортимента товаров.

В учебных целях применяется *торгово-товароведная система классификации*. Она сложилась в соответствии с принятым в XX в. в СССР прейскурантным распределением товаров на группы и имела отраслевой принцип. В ее основу были положены признак сырьевого и исходного материала, общность выработки и назначение изделия.

Товары делятся по сферам применения на два рода:

— товары промышленного производственного назначения (предназначенные для производства других товаров и создающие его сырьевое и технологическое обеспечение);

— потребительские товары (предназначенные для личного пользования индивидуальных потребителей).

Каждый род делится на классы.

Класс товаров — это совокупность товаров, которые имеют аналогичное функциональное назначение.

Так, род товаров производственного промышленного назначения делится на два класса:

— основное оборудование, предназначенное для производства основных видов продукции;

— вспомогательное оборудование.

Отнесение товаров промышленного назначения к основному оборудованию или вспомогательному оборудованию зависит от типа производства и его характера.

Потребительские товары делятся на три класса:

— продовольственные (пищевые продукты);

— непродовольственные;

— медицинские.

Внутри классов товары делятся на группы однородных товаров.

Однородные товары — это товары, не являющиеся идентичными, но имеющие схожие характеристики и состоящие из схожих компонентов, что позволяет им выполнять одинаковые функции и быть коммерчески взаимозаменяемыми.

Классы делятся на подклассы, подклассы на группы, группы на подгруппы, далее на виды, категории, подкатегории, наименования, модели и модификации.

Группа товаров — это совокупность товаров определенного класса, обладающих сходными потребительскими свойствами и показателями, а также общим назначением (например, мебель, парфюмерные товары).

Вид товаров — это совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением (например, велосипед, телевизор, ботинки).

Разновидность товаров — это совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду частных признаков. Разновидность товаров представляют в виде конкретных марок, моделей, артикулов, сортов.

Модификация — это вариант конструкции, отличающийся от других вариантов, относящихся к тому же типу.

Наименование товаров — это собственное название товаров, с учетом индивидуальных особенностей, которые обусловлены конструкцией (фасоном, формой), технологией, отличающие конкретный товар от товаров того же вида.

Для некоторых товаров (швейные, обувные и т. п.) наименования, указываемые в торговой документации, не являются послед-

ней ступенью классификации. Товары могут быть разделены по модификациям, размерам, цветам и т. д.

Продовольственные товары — товары, представляющие собой пищевые продукты в натуральном или переработанном виде, предназначенные для употребления человеком в качестве пищи, бутылированная питьевая вода, алкогольная продукция (в том числе пиво), безалкогольные напитки, жевательная резинка, а также биологически активные добавки.

Класс «Продовольственные товары» делится на следующие комплексы подклассы (комплексы) и группы.

1. *Подкласс* (*комплекс*) «*Вспомогательные товары*».

Группы: пищевые добавки[1], пряности, приправы, натуральные улучшители консистенции (см. прил. 2).

2. *Подкласс* (*комплекс*) «*Товары растительного происхождения*».

Группы: зерномучные (зерно, мука, крупа, хлебобулочные и макаронные изделия содержат высокое количество крахмала), плодоовощные (свежие плоды, овощи, грибы и продукты их переработки отличаются высокой физиологической ценностью и низкой энергетической способностью), вкусовые (алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, чай, кофе, а также условно табак и табачные изделия обладают выраженными вкусом и ароматом, содержат вещества, воздействующие на центральную нервную систему), сахар и его заменители, крахмал и крахмалопродукты, кондитерские товары (имеют приятные вкус и аромат), растительные масла и маргариновая продукция (обладают высокой энергетической способностью, являются источником витаминов A, D, E).

3. *Подкласс* (*комплекс*) «*Товары животного происхождения*».

Группы: пищевые жиры животного происхождения, молочные (кисломолочные изделия — молоко, сметана, творог, сливки, масло, сыры и др. — отличаются высокой биологической ценностью и хорошей усвояемостью), мясные (мясо различных животных и птиц и продукты их переработки (колбасные изделия, мясокопчености, мясные консервы, полуфабрикаты и кулинарные изделия) являются одним из основных источников полноценных белков, рыбные (рыба свежая, соленая, вяленая, копченая, сушеная, консервы, рыбная икра), а также нерыбное водное сырье (раки, крабы, моллюски, водоросли и др.) являются источником полноценных белков, жиров, витаминов и обладают высокой пищевой и биологической ценностью, яйца и яйцепродукты (яйца птиц и продукты их переработки

[1] Для классификации пищевых добавок в странах Евросоюза разработана система нумерации (действует с 1953 г.). Каждая добавка имеет уникальный номер, начинающийся с буквы «Е». Система нумерации была доработана и принята для международной классификации «Codex Alimentarius».

(меланж, яичный порошок) хорошо усваиваются организмом человека и обладают высокой биологической ценностью).

4. *Подкласс* (*комплекс*) «*Комбинированные товары*».

Группы: продукты детского питания, пищевые концентраты.

По торговой классификации данные товары делятся на следующие группы: хлебобулочные, плодоовощные, кондитерские, винноводочные, молочно-масляные, мясные, рыбные, яичные, пищевые жиры, табачные изделия.

В торговой практике продовольственные товары подразделяются на гастрономические и бакалейные. В группу гастрономических товаров включаются готовые к употреблению продукты: колбасы, мясная кулинария, копчености, консервы, сыры, молочные продукты, алкогольные напитки и др. В группу бакалейных товаров входят крупа, мука, макаронные изделия, сушеные плоды, грибы, дрожжи, сахар, крахмал, чай, кофе, соль, пряности и др.

Непродовольственные товары — это продукты производственного процесса, предназначенные для продажи его населению, юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, но не с целью употребления в пищу человеком.

Класс «Непродовольственные товары» делится на следующие комплексы (подклассы) и группы.

1. *Подкласс* (*комплекс*) «*Одежно-обувные товары и текстильные материалы*».

Группы: материалы для одежды и штучные текстильные изделия (хлопчатобумажные ткани, льняные ткани, шелковые ткани, шерстяные ткани, нетканые материалы, штучные текстильные изделия, нитки и принадлежности для рукоделия).

Группы: одежда, головные уборы (верхняя одежда, легкое платье, белье, головные уборы, чулочно-носочные изделия, пушно-меховые изделия).

Группа: обувные товары (обувь кожаная, резиновая, валяная, фетровая и т. д.).

Группа: галантерейные товары.

2. *Подкласс* (*комплекс*) «*Гигиенические товары*».

Группа: парфюмерные товары (духи, парфюмерные и туалетные воды, одеколоны, душистые воды, твердые и мазеобразные парфюмерные изделия).

Группа: косметические товары (для ухода за кожей, волосами, полостью рта, за ногтями; декоративная косметика).

Группа: приборы и принадлежности для санитарии и личной гигиены (эпиляторы, ножницы, бритвы и т. д.).

3. *Подкласс* (*комплекс*) «*Товары для украшения*».

Группа: ювелирные товары, художественно-декоративные товары.

4. *Подкласс* (*комплекс*) «*Товары культурно-бытового назначения*».

Группа: электронные товары (аудиовидеотехника, офисная техника и персональные компьютеры, средства связи, техника для фото- и видеосъемки).

Группа: товары для активного отдыха и спорта.

Группа: товары для умственного творчества и интеллектуального развития.

5. *Подкласс* (*комплекс*) «*Транспортные средства личного пользования*».

Группа: велотранспорт.

Группа: мототранспорт.

Группа: автотранспорт.

Группа: водный транспорт.

Группа: части и принадлежности транспортных средств.

6. *Подкласс* (*комплекс*) «*Товары хозяйственного назначения*».

Группа: мебель и предметы украшения интерьера.

Группа: посуда и столовые приборы.

Группа: бытовая техника (для поддержания микроклимата, приготовления и хранения пищи, уборки помещений, обработки белья).

Группа: бытовые химические товары.

Группа: строительные товары.

Группа: хозяйственные инструменты и инвентарь.

Группа: сельскохозяйственные товары.

Группа: горюче-смазочные материалы хозяйственного назначения.

В ОКП классы товаров подразделяются на группы, группы — на виды, виды — на разновидности, разновидности — на марки, модели, артикулы.

Маркетинговая классификация разделяет товары на группы (сегменты) по степени потребности, активности и характеру спроса, целевым группам, цене и другим признакам.

Например, по активности покупательского спроса товары делятся:

— на товары повседневного спроса (хлеб, молоко, сахар);

— товары предварительного выбора (одежда, мебель, телевизоры, радиоэлектронная аппаратура);

— товары особого спроса (модные товары, марочные вина);

— товары пассивного спроса (мебель, электронные товары, дома).

Система классификации товаров позволяет кодировать товарные разделы, группы и подгруппы, виды.

Кодирование товаров — это образование и присвоение кода классификационной группе и (или) объекту классификации.

Код — знак или совокупность знаков, принятых для обозначения классификационной группы и (или) объекта классификации.

Существуют различные **методы кодирования товаров**.

Последовательный метод кодирования заключается в образовании классификационной группы и (или) объекта классификации с использованием кодов последовательно расположенных подчиненных групп, полученных при иерархическом методе классификации, и его присвоение.

Приведем примеры иерархии последовательным методом кодирования по классификационной части ОКПД 2 ОК 034-2014 (КПЕС 2008):

• 14.31.10.110 — изделия чулочно-носочные мужские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи трикотажные или вязаные:

— 14.31.10.111 — носки мужские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи;

— 14.31.10.112 — гольфы мужские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи;

— 14.31.10.119 — изделия чулочно-носочные мужские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи прочие;

— 14.31.10.120 — изделия чулочно-носочные женские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи трикотажные или вязаные;

— 14.31.10.121 — колготы женские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи;

— 14.31.10.122 — чулки женские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи;

— 14.31.10.123 — гольфы женские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи;

— 14.31.10.124 — носки женские из хлопчатобумажной и смешанной пряжи.

Параллельный метод кодирования — образование кода классификационной группы и (или) объекта классификации с использованием кодов независимых групп, полученных при фасетном методе классификации, и его присвоение.

Порядковый метод кодирования — образование кода из чисел натурального ряда и его присвоение.

Например, студенты в группе кодируются по алфавиту первых букв; остальные признаки (возраст, пол, уровень подготовки и т. д.) случайны.

Серийно-порядковый метод кодирования — образование кода из чисел натурального ряда, закрепление отдельных серий или ди-

апазонов этих чисел за объектами классификации с одинаковыми признаками и его присвоение.

Присвоение порядковых номеров определенной группе товаров происходит следующим образом: консервы рыбные получают индекс Р (рыбная промышленность), а затем определенный порядковый номер, например 85 — лосось дальневосточный натуральный — горбуша.

Совокупность методов и правил кодирования классификационных группировок и объектов классификации заданного множества называется **системой кодирования**.

Системы кодирования товаров позволяют работать с данными в электронном виде, ускоряют время поиска и обработки данных с помощью ЭВМ. Наибольшее распространение в торговле получили *системы цифрового и штрихового кодирования*.

Вопросы и задания

1. В чем сущность торгово-товароведной системы классификации? Где и для каких целей она применяется?
2. Какие признаки лежат в основе деления товаров по однородным группам?
3. Какие классы потребительских товаров существуют?
4. Назовите подклассы (комплексы) комплексы и группы продовольственных товаров.
5. Какие группы и виды товаров входят в комплекс «Товары животного происхождения»?
6. В какие группы классифицируются товары в торговой практике?
7. Какие товары называют бакалейными? Какие гастрономическими?
8. Какие системы классификаций вам известны?
9. Какие принципы и правила вы будете использовать при создании собственной системы классификации ассортимента товаров?
10. Назовите подклассы комплексы непродовольственных товаров.
11. Какие группы товаров входят в комплексы «хозяйственные товары», «культурно-бытовые товары»?
12. Как можно разделить товары по активности спроса на них?
13. Какие товары относятся к товарам пассивного спроса?
14. Предложите классификацию потребительских товаров по настоятельности потребности.
15. Что такое кодирование товаров и какова его цель?
16. Какие методы кодирования товаров существуют?

Тема 5
ОБЩЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ КЛАССИФИКАТОРЫ

В результате изучения данной темы студенты должны:

знать

• виды классификаторов и правила их применения;

уметь

• работать с массивами данных по их упорядочению методами логического анализа;

владеть

• навыками формирования систем кодирования товаров в рамках официальных классификаторов.

Официальные системы классификации товаров называются классификаторами.

Классификатор — это официальный документ, представляющий систематизированный свод наименований и кодов классификационных группировок и (или) объектов классификации.

Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014, утвержден приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст. ОК 034-2014 разработан для совершенствования и актуализации общероссийских классификаторов, реестров и информационных ресурсов. Классификатор введен в 2014 г. с переходным периодом до 1 января 2017 г. и заменил несколько классификаторов: ОКДП ОК 004-93; ОКПД ОК 034-2007 (КПЕС 2002); ОКУН ОК 002-93; ОКП ОК 005-93.

Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2) входит в состав национальной системы стандартизации Российской Федерации.

В основе ОКПД 2 лежит Статистическая классификация продукции по видам деятельности в Европейском экономическом сообществе (КПЕС 2008) — Statistical Classification of Products by Activity in the European Economic Community, 2008 version (CPA 2008).

Структура кода (до шести знаков включительно), объем понятий соответствующих позиций в ОКПД 2 отвечают КПЕС 2008. Потребности российской экономики по детализации продукции, учитываются в группировках ОКПД 2 с семи- —девятиразрядными кодами.

Объектами классификации в ОКПД 2 является продукция (услуги, работы).

В ОКПД 2 использованы иерархический метод классификации и последовательный метод кодирования.

Для обеспечения соответствия кодовых обозначений ОКПД 2 и КПЕС 2008 между вторым и третьим, четвертым и пятым знаками кода ставится точка. При наличии в ОКПД 2 дополнительных по сравнению с КПЕС 2008 уровней деления точка ставится также между шестым и седьмым знаками кода. По аналогии с КПЕС 2008 в ОКПД 2 включены разделы и подразделы с сохранением их буквенных обозначений.

Структура кода ОКПД 2 выглядит следующим образом.

XX класс	14 Одежда
XX.X подкласс	14.1 Одежда, кроме одежды из меха
XX.XX группа	14.11 Одежда из кожи
XX.XX.X подгруппа	14.11.1 Одежда из натуральной или композиционной кожи
XX.XX.XX вид	14.11.10 Одежда из натуральной или композиционной кожи
XX.XX.XX.XX0 категория	14.11.10.110 Одежда мужская из кожи
XX.XX.XX.XXX подкатегория	14.11.10.111 Пальто и плащи мужские из кожи

В тех случаях, когда не производится деление вида на категории, т. е. не осуществляется детализация продукции (услуг, работ) на национальном уровне, седьмой — девятый знаки кода имеют значение «0» (ноль), а в тех случаях, когда деление производится, седьмой и восьмой знаки кода имеют значение, отличное от «0» (ноля).

Детализация на нижней ступени классификационного деления осуществляется только в тех случаях, когда производится деление категории продукции (услуг, работ) на несколько подкатегорий.

Например:

03 Рыба и прочая продукция рыболовства и рыбоводства; услуги, связанные с рыболовством и рыбоводством
03.1 Рыба и прочая продукция рыболовства; услуги, связанные с рыболовством
03.11 Рыба и прочая продукция морского рыболовства; услуги, связанные с морским рыболовством
03.11.1 Рыба морская живая, не являющаяся продукцией рыбоводства
03.11.11 Рыба морская декоративная живая, не являющаяся продукцией рыбоводства

Окончание таблицы

03.11.11.000 Рыба морская декоративная живая, не являющаяся продукцией рыбоводства
03.11.12 Рыба морская живая, не являющаяся продукцией рыбоводства
03.11.12.110 Рыба морская окунеобразная живая
03.11.12.111 Нототения живая
03.11.12.112 Ставрида живая
03.11.12.113 Скумбрия живая
03.11.12.114 Окунь морской живой
03.11.12.115 Зубатка, пеламида живые
…

Если категория делится более чем на девять подкатегорий, подкатегории кодируются последовательно без использования значения «0» (ноль) в последнем разряде кода.

К некоторым группировкам ОКПД 2 приведены пояснения. Они предназначены для единообразного понимания отдельных слов или словосочетаний в составе наименований группировок; уточнения области применения и особенностей продукции (услуг, работ), классифицируемой в конкретной группировке; перечисления продукции (услуг, работ), которая может входить в данную группировку; исключения возможности попадания в данную группировку классификатора продукции (услуг, работ), входящей в другую группировку.

Пояснения, приведенные к вышестоящим группировкам, распространяются на все входящие в них группировки и для группировок до шести знаков включительно по объемам понятий соответствуют пояснениям к аналогичным группировкам КПЕС 2008.

При детализации группировок с шестизначными кодами пояснения к этим группировкам могут отсутствовать (если пояснения к нижестоящим группировкам в совокупности соответствуют объему понятий пояснения к шестизначной группировке КПЕС 2008) либо приводиться не полностью (когда из них исключены пояснения, включенные в пояснения к нижестоящим группировкам).

Например:

03.22.40.170 Рыба возрастных категорий пресноводная

Эта группировка включает возрастные категории молоди рыб, прошедшие одну, две и более зимовки и имеющие возраст один год, два и более лет.

Следует обратить особое внимание на то, что в несколько группировок ОКПД 2 с двумя- — шестиразрядными кодами не соответствуют СРА 2008. Это обусловлено региональными экономическими

интересами и национальными особенностями. В группировках материальной продукции изменения сделаны с учетом ТР ЕАЭС:

— 10.5 «Молоко и молочная продукция» — в соответствии с Федеральным законом от 12.06.2008 № 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию»;

— 10.4 «Масла и жиры животные и растительные» — в соответствии с ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию»;

— 10.32 «Продукция соковая из фруктов и овощей» — в соответствии с ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей»;

— подкласс 03.2 «Рыба и прочая продукция рыбоводства; услуги, связанные с рыбоводством» (ОКПД 2) для государственного регулирования деятельности, классификации и кодирования видов экономической деятельности, заявляемых хозяйствующими субъектами при регистрации, для осуществления государственного статистического наблюдения установлено руководствоваться положениями Федерального закона от 02.07.2013 № 148-ФЗ «Об аквакультуре (рыбоводстве) и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части товарной аквакультуры, относящейся к сельскохозяйственному производству»;

— класс 11 «Напитки» и класс 20 «Вещества химические и продукты химические» (в части этилового спирта из непищевого сырья), для целей государственного регулирования деятельности по производству спирта этилового, алкогольной и спиртосодержащей продукции, установлено руководствоваться Федеральным законом от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».

ОКПД 2 предназначен для обеспечения информационной поддержки задач, связанных:

— с классификацией и кодированием продукции (услуг, работ) для целей государственной статистики;

— разработкой нормативных правовых актов, касающихся государственного регулирования отдельных видов экономической деятельности;

— реализацией комплекса учетных функций в рамках работ по государственной статистике, связанных с обеспечением потребностей органов государственной власти и управления в информации о продукции по видам экономической деятельности при решении аналитических задач;

— обеспечением системы государственной контрактации и оптовой торговли на внутреннем рынке;

— подготовкой статистической информации для сопоставлений на международном уровне;

— размещением заказов на поставки товаров, выполнение работ (оказание услуг) для государственных и муниципальных нужд;

— налогообложением;

— обеспечением классификации основных фондов, используемой в Общероссийском классификаторе основных фондов;

— стандартизацией и обязательным подтверждением соответствия продукции;

— классификацией и кодированием услуг, оказываемых населению хозяйствующими субъектами.

Разработка и представление для принятия изменений в ОКПД 2 обеспечивается Минэкономразвития России в порядке, установленном Правилами стандартизации ПР 50.1.024-2005 «Основные положения и порядок проведения работ по разработке, ведению и применению общероссийских классификаторов».

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского Экономического Союза — классификатор, который используется в практике международной торговли и таможенном деле для классификации и кодирования товаров импортируемых и экспортируемых ЕАЭС.

ТН ВЭД ЕАЭС — основа для ЕТТ ЕАЭС.

Единый таможенный тариф Евразийского экономического союза — свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, ввозимым (ввезенным) на таможенную территорию ЕАЭС из третьих стран, систематизированный в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

Основа ТН ВЭД ЕАЭС — Гармонизированная система описания и кодирования товаров Всемирной таможенной организации и единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств (ТН ВЭД СНГ).

Гармонизированная система описания и кодирования товаров представляет собой наиболее востребованный международный классификатор, который используется участниками внешнеэкономической деятельности при оформлении внешнеторговых операций на таможнях, а также анализе внешней торговли.

Гармонизированная система описания и кодирования товаров обеспечивает упрощение международных торговых процедур, преодоление тарифных и нетарифных барьеров, стандартизацию международных торговых документов, получение возможности обмена данными с помощью стандартных сообщений и кодов на базе ЭВМ,

сравнение и анализ статистических данных в области международной торговли.

Официальное использование ГС имеет юридическую основу, которая представлена «Международной Конвенцией о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров» (Брюссель, 1983 г.). Российская Федерация присоединилась к Конвенции с 3 апреля 1996 г. (постановление Правительства РФ от 03.04.96 № 372). Конвенция вступила в силу для Российской Федерации с 1 января 1997 г.

Страны — участники Конвенции взяли на себя обязательства соблюдать договоренность о том, что:

— их таможенно-тарифные и статистические номенклатуры будут соответствовать ГС, т. е. в их классификаторах будут использованы все товарные позиции и субпозиции ГС, а также относящиеся к ним цифровые коды без каких-либо дополнений или изменений;

— при принятии классификационных решений будут применять ОПИ ГС, а также все примечания к разделам, группам, товарным позициям и субпозициям и не изменять содержания разделов, групп, товарных позиций или субпозиций ГС;

— будут следовать порядку кодирования, принятому в ГС;

— будут публиковать свои статистические данные по ввозу и вывозу товаров в соответствии с шестизначным кодом ГС.

Страны — участники Конвенции на основе ГС создают свои таможенно-тарифные и статистические номенклатуры, имеющие подразделы с более глубокой классификацией товаров (сверх шестизначного цифрового кода ГС), а также самостоятельно устанавливают ставки таможенных пошлин.

Участники Конвенции формируют Комитет по ГС, который в рамках сессий осуществляет внесение поправок; разработку Пояснений и Классификационных решений; рекомендаций, необходимых для единообразной интерпретации ГС.

Гармонизированная система описания и кодирования товаров является сложным классификатором, работа с которым требует применения средств интерпретации.

Существуют свои внутренние обязательные и внешние рекомендательные средства интерпретации. К *внутренним* средствам относятся примечания к разделам, группам и субпозициям, а также ОПИ ГС.

К *внешним* рекомендательным средствам интерпретации относятся Пояснения к ГС (содержат комментарии товарным позициям с указанием перечня включаемых и исключаемых товаров, их техническое описание); Сборник классификационных решений (так называемый компендиум) по ГС (перечень решений, затрагивающих вопросы кодирования при возникновении споров или нестандартных ситуаций); Алфавитный указатель к ГС и Пояснениям (представляет собой список товаров, включенных в данную

систему, выстроенный по алфавитному признаку); ключи перехода между ГС и Номенклатурой Совета таможенного сотрудничества.

Номенклатура ГС имеет пять уровней классификации: разделы, группы, подгруппы, товарные позиции, субпозиции. Разделы обозначаются римскими цифрами; товарные группы, позиции и субпозиции — арабскими цифрами. Номера и наименования разделов в структуру кода не входят.

Структура кода ГС составляет шесть знаков: первые два — группа, первые четыре — позиция, шесть знаков — субпозиция.

XX — группа	20 Продукты переработки овощей, фруктов, орехов или прочих частей растений
XXXX — позиция	2001 Овощи, фрукты, орехи и другие съедобные части растений, приготовленные или консервированные с добавлением уксуса или уксусной кислоты
XXXXXX — субпозиция	200110 Огурцы и корнишоны

В ГС и ТН ВЭД ЕАЭС классификация товаров осуществляется по различным признакам. В качестве признаков, используемых на высших ступенях классификации, взяты отраслевое происхождение товаров (сельское хозяйство и промышленное производство), функциональное назначение товаров, степень обработки (сырье для переработки, готовое изделие), материалы и состав, конструкция, принцип работы и другие признаки.

В соответствии со ст. 42 Договора о ЕАЭС на таможенной территории ЕАЭС применяются единая ТН ВЭД ЕАЭС и ЕТТ ЕАЭС, утверждаемые ЕЭК и являющиеся инструментами торговой политики ЕАЭС.

В ст. 19 ТК ЕАЭС и ст. 14 Закона о таможенном регулировании указано, что ТН ВЭД ЕАЭС «является системой описания и кодирования товаров, которая используется для классификации товаров в целях применения мер таможенно-тарифного регулирования, вывозных таможенных пошлин, запретов и ограничений, мер защиты внутреннего рынка, ведения таможенной статистики, используется в целях налогообложения товаров, перемещаемых через таможенную границу Союза».

Техническое ведение ТН ВЭД ЕАЭС осуществляют Секретариат ЕЭК и ФТС России, в частности Управление товарной номенклатуры ФТС России.

Неотъемлемые части, обеспечивающие возможность использования и правильность интерпретации ТН ВЭД: номенклатура, примечания, основные правила интерпретации.

Номенклатура — это классификационная часть ТН ВЭД, имеет 21 раздел, 97 групп (77-я — резервная группа не используется, т. е. всего рабочих групп 96).

Примечания — это текстовый материал, имеющий юридическую силу, предшествующий номенклатурной части ТН ВЭД, разграничивающий различные товарные позиции и уточняющий значения каждой классификационной группировки. Функции примечаний — исключать, причислять товар, определять значение терминов, объяснять понятия, т. е. толкования тех или иных слов, терминов и пр.

Основные правила интерпретации — правила, в соответствии с которыми осуществляется классификация товаров в ТН ВЭД. Существует шесть правил. Правила 2, 3 и 5-е делятся на пункты. ОПИ имеют обязательный последовательный характер применения при классификации, предназначены для обеспечения однозначного отнесения конкретного товара к определенной классификационной группировке, кодированной на необходимом уровне, и представляют собой международно-правовые принципы, регламентирующие определение кода товара по ТН ВЭД. Первые пять правил применяются последовательно для определения товарной позиции товара — если не подходит правило 1, применяется правило 2, если не 2, то 3, далее — правила 4 и 5. Правило 6 применяется при необходимости определения субпозиции (подсубпозиции).

Для единообразия интерпретации и применения номенклатуры используют пояснения к ТН ВЭД, которые имеют комментарии к товарным позициям с указанием перечня включаемых и исключаемых товаров, их техническое описание и подробно раскрывают содержание товарных позиций.

Эти материалы публикуют, как и ТН ВЭД, в виде печатных изданий и в электронном виде. Полное издание состоит из пояснения к ГС (т. 1 разд. I—VI группы 1—28; т. 2 разд. VI—VIII группы 29—43; т. 3 разд. IX—XIII группы 44—70; т. 4 разд. XIV—XVI группы 71—84; т. 5 разд. XVI—XXI группы 85—97) и пояснения КНЕС и ТН ВЭД ЕАЭС (т. 6 разд. I—XXI группы 01—97).

По форме ТН ВЭД представляет собой систематизированный перечень товаров с системой цифровых кодов. Структура товарного кода ТН ВЭД ЕАЭС составляет 10 цифр:

Первые две цифры — группа (ГС)	XX	70 — стекло и изделия из него
Первые четыре цифры — позиция (ГС)	XXXX	7010 — бутыли, бутылки, флаконы, кувшины, горшки, банки, ампулы и прочие стеклянные емкости для хранения, транспортировки или упаковки товаров; банки для консервирования стеклянные; предохранительные пробки из стекла, пробки, крышки и прочие аналогичные стеклянные изделия