1. Контроль качества товаров. Градации качества

Различные товары одного и того же назначения способны в разной степени удовлетворять потребности пользователя, т. е. обладать различным качеством.

Мерой потребительной стоимости, характеризующей полезность товара, является его качество. Поэтому вполне естественно, что одной из важнейших задач товароведения, изучающего потребительные стоимости товаров, является раскрытие закономерностей формирования качества товара на всех этапах его жизненного цикла: при проектировании, производстве, хранении, транспортировке, реализации и потреблении.

Под качеством понимают совокупность свойств товара, обусловливающих его способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением. При этом качество товара характеризуется комплексом присущих ему свойств, а также степенью соответствия товара функциональным, органолептическим, эстетическим и другим требованиям, определяющим возможность удовлетворения тех или иных потребностей человека. Чем выше качество товара, тем полнее он удовлетворяет такие потребности.

Каждый товар обладает присущей только ему совокупностью свойств. Свойства товара представляют собой его объективные особенности, проявляющиеся в сфере товарного обращения, потребления или эксплуатации.

Следует отметить, что между понятиями "эксплуатация" и "потребление" имеются различия. Так, термин "потребление" применяется к товарам, которые при использовании сами расходуются (например, лакокрасочные материалы, парфюмерная продукция и т. п.).

Термин "эксплуатация" применяется обычно по отношению к товарам, у которых при использовании расходуется ресурс работы. К таким товарам относятся обувь, одежда, аудио-видеоаппаратура и т. п.

Качество конкретных товаров составляют те свойства, которые связаны с удовлетворением определенных потребностей в соответствии с их назначением.

Товар может обладать полезными свойствами, но не отличаться высоким качеством, если он не соответствует требованиям удовлетворения определенных потребностей.

Следует отметить, что часто используемое на практике определение качества товара как соответствие его требованиям нормативно-технической документации не раскрывает полностью его сущности.

Контроль качества продукции на предприятиях осуществляет отдел технического контроля (ОТК).

Контроль качества продукции подразделяют на три вида: входной, межоперационный и выходной (приемочный).

Входной контроль — проверка качества сырья и вспомогательных материалов, поступающих в производство. Постоянный анализ качества поставляемого сырья и материалов позволяет влиять на производство предприятий-поставщиков, добиваясь повышения качества.

Межоперационныйконтроль охватывает весь технологический процесс. Этот контроль иногда называют технологическим, или текущим. Цель межоперационного контроля — поверка соблюдения технологических режимов, правил хранения и упаковки продукции между операциями.

Выходной (приемочный) контроль— контроль качества готовой продукции. Цель выходного контроля — установление соответствия качества готовых изделий требованиям стандартов или технических условий, выявление возможных дефектов. Если все условия выполнены, поставка продукции разрешается.

ОТК проверяет также качество упаковки и правильность маркировки готовой продукции.

Входной, межоперационный и выходной контроль может быть выборочным, сплошным и статистическим.

Выборочный — контроль части продукции, результаты проверки которой распространяются на всю партию.

Сплошномуконтролю подвергается вся продукция (при неотработанном технологическом режиме).

Статистический контроль — предупредительный. Проводится по всему технологическому процессу с целью предупреждения возникновения брака.

В торговле контроль качества товаров осуществляют товароведы по качеству оптовых и розничных предприятий.

Приемку по качеству проводят на складе получателя. Вид контроля — сплошной или выборочный — устанавливается стандартами.

В случае несоответствия изделий выборки требованиям нормативно-технической документации отбирают повторную выборку и удвоенном размере. При отклонении изделий повторной выборки от требований НТД вызывают представителя изготовителя, а при его неявке — эксперта бюро товарных экспертиз.

По результатам проверки составляют акт о фактическом качестве и комплектности товаров, на основании которого предъявляют претензии изготовителю.

Важное значение для производства товаров надлежащего качества и управления качеством имеет контроль качества товаров, представляющий собой процедуру проверки соответствия показателей качества товаров требованиям нормативно-технической документации и договоров поставки. Одной из задач контроля становится выявление дефектов продукции, к которым относится каждое отдельное несоответствие товара требованиям, указанным в документах.

Дефекты продукции могут быть выявлены как при органолептическом, так и при измерительном контроле; а некоторые дефекты могут быть обнаружены только в процессе эксплуатации.

В зависимости от возможности выявления дефекты могут быть явными и скрытыми.

Явный дефект товара - это дефект, для выявления которого в нормативной документации, обязательной для данного вида контроля, предусмотрены соответствующие правила, методы и средства. Многие явные дефекты обнаруживаются уже при визуальном контроле продукции.

Скрытый дефект товара - это дефект, для выявления которого в нормативной документации, обязательной для данного вида контроля, не предусмотрены соответствующие правила, методы и средства. Скрытые дефекты обнаруживаются, как правило, при эксплуатации товара (изделия).

По происхождению дефекты можно классифицировать на производственные и непроизводственные. Производственный дефект образуется в процессе производства товара, как правило, вследствие нарушения технологического режима изготовления изделия, в то время как непроизводственный дефект - это дефект товара, появившийся после завершения процесса производства товара, т. е. при транспортировке, хранении, реализации, эксплуатации или потреблении.

Исходя из возможности устранения дефекты подразделяются на устранимые и неустранимые.

К устранимым дефектам относят дефекты товара, устранение которых технически возможно и экономически целесообразно. Неустранимые дефекты - это дефекты товара, устранение которых технически невозможно и экономически нецелесообразно.

Важна также значимость дефекта, представляющая собой относительную величину, определяемую видом, размером, местонахождением дефекта и характеризующуюся степенью его влияния на уровень качества товара по сравнению с другими дефектами.

По степени влияния на качество предусмотрена градация дефектов на критические, значительные, малозначительные.

Критический - это дефект, при наличии которого использование товара по назначению практически невозможно или недопустимо.

Значительные дефекты товара существенно влияют на возможность использования товара по назначению, на его качество и длительность эксплуатации.

Малозначительные (незначительные) дефекты существенно не влияют на использование изделия по назначению и на его долговечность.

В результате сплошного или выборочного контроля качества продукции выявляется годная продукция и брак. Годная продукция (товар) - это товар, удовлетворяющий всем установленным требованиям. Браком считается продукция, передача которой потребителю не допускается из-за наличия дефектов, недопускаемых нормативными документами.

Деление продукции на годную и брак относится к любым товарам. Для некоторых групп и видов продукции предусмотрено деление по сортам, группам сложности, группам качества, маркам, номерам и т. д. Например, товары легкой и текстильной промышленности, исходя из уровня производственного исполнения, подразделяются по сортам. Подразделяют на сорта и продукцию фарфорофаянсовой промышленности. Сорт представляет собой градацию товара определенного вида по одному или нескольким показателям качества, установленную нормативной документацией.

Деление на сорта проводится в зависимости от наличия дефектов и отклонений по некоторым показателям потребительских свойств.

При отнесении товара к тому или другому сорту учитывают вид и характер дефектов, их размер и местоположение на изделиях. Сорта устанавливают по балльной или ограничительной системе. Наиболее распространенной является балльная система, при которой нормативными документами для каждого из сортов ограничивают вид дефектов, их количество, размеры, местоположение на изделии. При балльной системе отклонения от нормы стандарта по контролируемым показателям и параметрам дефектов оценивают в условных единицах - баллах.

Путем сравнения суммы баллов, полученных изделием при контроле, с нормативными требованиями стандартов, предусматривающими для каждого сорта допустимую сумму баллов, товар относят к тому или иному сорту.

Следует отметить, что в последние годы наблюдается тенденция к уменьшению количества сортов или вообще к отказу деления товаров на сорта.

Изделия из пластмасс, мебель и технически сложные изделия на сорта не делят, сохранив лишь градацию на годные и негодные товары.

Как указывалось выше, для оценки уровня качества ряда групп товаров применяются другие градации. Например, туалетное мыло и духи, исходя из уровня потребительских свойств, определяемых рецептурой (составом), подразделяют на группы качества; цементы, исходя из их прочностных показателей, делят на марки; а писчую бумагу в зависимости от белизны, плотности и других свойств, определяющих уровень ее качества, делят на номера.

2. Товарная информация: понятие, виды, формы, требования

Изготовитель или продавец товара обязан своевременно предоставлять потребителю (покупателю) всю необходимую и достоверную информацию о предлагаемых для реализации непродовольственных товарах, обеспечивающую возможность их компетентного выбора. Такая информация в зависимости от вида и технической сложности товара должна быть представлена в виде маркировки, т. е. информации, наносимой непосредственно на конкретные товары, тару, этикетки, ярлыки и т. п., или в виде текстового документа (паспорта, руководства по применению и др.), непосредственно прикладываемого к конкретному товару. Информация, предоставляемая непосредственно с товаром, должна быть полной, однозначно понимаемой и излагаться на русском языке. Она может быть частично или полностью продублирована на иностранных языках, а по требованию заказчика - изложена на государственных языках субъектов РФ и языках народов РФ.

Информация для потребителя в обязательном порядке должна содержать следующие данные:

- наименование товара;

- наименование страны-изготовителя;

- наименование фирмы-изготовителя;

- основное (или функциональное) предназначение товара или область его применения;

- правила и условия безопасного хранения, транспортирования, безопасного и эффективного использования, ремонта, утилизации и т. п.;

- основные потребительские свойства или характеристики;

- информацию об обязательной сертификации;

- юридический адрес изготовителя и (или) продавца.

Кроме того, в зависимости от вида и технической сложности товара изготовитель или продавец должен обеспечить необходимую и достаточную для потребителя информацию по безопасности, экономичности, энергоэкономичности и других свойствах товара, применив все или часть сведений из ниже приведенного перечня:

- масса нетто, основные размеры, объем или количество;

- состав (комплектность);

- товарный знак (товарная марка) изготовителя;

- дата изготовления;

- срок годности (службы);

- обозначение нормативного или технического документа, по которому изготавливается товар (для товаров отечественного производства);

- информацию о добровольной сертификации (при наличии);

- информацию о знаке соответствия (при наличии);

- штриховой код товара (при наличии);

- информацию о специфических свойствах товара (при наличии).

Вся информация должна быть достоверной, и соответствие товара заявленной информации должно стать объективным требованием для изготовителя и продавца.

Наименование товара должно соответствовать государственным стандартам РФ и общероссийским классификаторам технико-экономической информации.

Поступающие по импорту товары, не являющиеся традиционными для России, должны иметь наименования, соответствующие международным, региональным или национальным стандартам, а при их отсутствии - наименованиям, применяемым в стране-изготовителе. Использование в информации о товаре таких характеристик, как "экологически чистый", "изготовленный без применения вредных веществ" и т. п., носящих, как правило, рекламный характер, допускается при наличии нормативной документации, позволяющей провести контроль и идентификацию заявленных характеристик, а также при подтверждении этого органами, уполномоченными для проведения процедуры такого контроля. Наименование страны-изготовителя указывается по названию, принятому в ООН. Если товар, изготовленный в одной стране, проходит в другой стране техническую обработку, которая изменяет его свойства или превращает в конечное готовое изделие, то эта другая страна рассматривается как страна-изготовитель данного товара.

В том случае, если изготовитель товара не является упаковщиком или экспортером, наряду с изготовителем должны быть указаны юридические адреса упаковщика и экспортера.

Основное или функциональное назначение товара, его основные потребительские свойства, область его использования, правила и условия безопасности и технически грамотной эксплуатации, ремонта, утилизации и др. должны сообщаться потребителю в соответствии с требованиями нормативного или технического документа на товар.

Масса товара, основные его размеры, объем и количество товара должны указываться в метрической системе единиц (СИ).

Состав и комплектность товара должны быть представлены в виде перечня с наименованием "Состав", "Комплектность".

Товарный знак или товарная марка изготовителя проставляется непосредственно на товарах, таре пли на ярлыках и этикетках.

С учетом особенностей конкретных товаров в информации о них указывают срок хранения и срок годности (службы) или только срок годности (службы) товара.

Изготовитель должен указывать срок годности, если данный товар включен в утвержденный Правительством РФ Перечень товаров, для которых установление срока годности обязательно.

Для товаров с практически неопределенными длительными (многолетними) сроками хранения сроки их годности или сроки хранения в информации для потребителя не указывают, а устанавливают в договоре купли-продажи.

Срок годности (или службы) исчисляют с даты изготовления и указывают непосредственно на товаре, транспортной или потребительской таре с использованием одной из типовых формулировок: "Годен в течение... (лет, месяцев, суток)", и (или) "Годен до... (число, месяц, год)", и (или) "Использовать до... (число, месяц, год)", "Срок службы... (лет, месяцев, суток, циклов)".

В информации для потребителя па отечественную продукцию должна приводиться ссылка на нормативную или техническую документацию, из которой она была взята.

Информация о товаре располагается в одном или нескольких удобных для прочтения местах, при этом следует размещать информацию всегда в одних и тех же местах единицы товара, тары, упаковки.

При небольших размерах единиц тары или упаковки, на которых технически сложно разместить текст необходимой информации полностью, а также па сувенирных и подарочных изделиях допускается данные о товаре или часть из них помещать на листе-вкладыше, прилагаемом к каждой единице тары, упаковки, групповой упаковки или в сопроводительной документации к поставляемому товару.

Важное значение для потребителей и участников коммерческой деятельности имеют информационные знаки, представляющие собой условные обозначения, предназначенные для оценки свойств и идентификации характеристик товара.

К информационным знакам относятся знаки, которые информируют:

- о предприятии (фирме)-изготовителе (товарные знаки и знаки обслуживания);

- соответствии товара нормативным документам (сертификационные знаки и знаки соответствия);

- составе (комплектации) товара и содержании в нем отдельных составляющих;

- правилах использования товара;

- проведении погрузочно-разгрузочных работ с товаром и его транспортировке (манипуляционные знаки);

- опасности и риске, возникающих при использовании, хранении, транспортировании и утилизации потенциально опасных веществ, изделий и материалов (предупредительные символы);

- правилах утилизации упаковки (экологические знаки).

Функции информационных знаков могут выполнять графические обозначения, рисунки, буквы, цифры, слова, цвет и форма изделия или его упаковки.

Порядок присвоения информационных знаков и правила маркировки товаров устанавливаются стандартами или другими документами.

Товарные знаки и знаки обслуживания представляют собой обозначения, позволяющие различать между собой товары и услуги различных юридических или физических лиц. Товарные знаки должны выделять продукцию и услуги определенного предприятия из числа аналогичных, предлагаемых другими предприятиями.

Товарный знак в России регистрируется в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ на имя юридического или физического лица сроком на 10 лет, с правом последующего продления каждый раз на 10 лет. На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство. Право на товарный знак охраняется законом. Владелец товарного знака имеет исключительное право пользоваться этим знаком, а также запрещать его использование другим лицам или наоборот предоставлять право использования знака другим лицам по лицензионному договору или договору об уступке товарного знака.

Знаки соответствия - это обозначения, которые наносятся на товар и (или) упаковку для подтверждения соответствия качества товара требованиям стандартов или других нормативных документов. Например, знак соответствия, нанесенный на сертифицированную продукцию, свидетельствует о проведении идентификации продукции и оценке ее соответствия требованиям безопасности третьей независимой стороной.

По своей принадлежности знаки соответствия подразделяют на национальные и транснациональные.

Национальные знаки соответствия стандартам регистрируются национальными органами стандартизации и сертификации и защищаются национальным законодательством.

Транснациональные знаки соответствия стандартам применяются в ряде стран с целью взаимного признания результатов сертификационных испытаний и контроля на базе гармонизированных стандартов. Так, например, Европейский комитет по стандартизации (CEN) учредил знак "CEN", присваиваемый продукции, удовлетворяющей требованиям соответствующего европейского стандарта или документов CEN по гармонизации. В этом случае знак "CEN" признается всеми участниками соглашения, входящими в Европейский комитет по стандартизации, а именно странами - членами Европейского экономического сообщества и Европейской ассоциации свободной торговли.

При использовании (эксплуатации) некоторых промышленных товаров требуется соблюдение определенных правил. Помимо их словесного описания, на упаковке и (или) на товаре помещают графические символы, указывающие на те или иные операции, соблюдение которых обеспечивает сохранение качества товара.

Так, на упаковках и этикетках текстильных товаров и швейно-трикотажных изделий помещают международные символы, регламентирующие режимы стирки, отбеливания, глажения, химической чистки и сушки.

Для указания допустимых способов обращения с грузами (транспортной упаковкой товаров) используются манипуляционные знаки.

Изображение, наименование, назначение, размеры и правила размещения манипуляционных знаков регламентируются ГОСТ 14192-96 "Маркировка грузов".

Важное значение имеет предупредительная маркировка, наносимая на упаковку или транспортную тару материалов и веществ, способных причинить вред человеку или окружающей среде. Предупредительную маркировку производят с помощью предупреждающих символов и поясняющего текста.

В настоящее время существуют различные международные требования по классификации и маркировке опасных веществ и материалов (ОВМ), разработанные органами ООН, Международной организацией труда (МОТ), Евросоюзом (ЕС) и др. Наиболее распространены системы маркировки, используемые при транспортировке опасных веществ и материалов и основанные на рекомендациях ООН.

Большинство стран Европы руководствуется при нанесении предупредительной маркировки директивами ЕС.

В целях обеспечения безопасности для жизни, здоровья и имущества потребителей и охраны окружающей среды на упаковку наносятся экологические знаки, указывающие на способ ее утилизации.

Важнейшим видом маркировки товара являются штриховые коды (ШК).

Штриховые коды, представляющие собой по внешнему виду прямоугольник с комбинацией темных и светлых полоси цифровых обозначений, стали неотъемлемым элементом маркировки товаров не только импортного, но и отечественного происхождения.

В соответствии с требованиями проведения внешнеторговых операций наличие штрихового кода является обязательным условием экспорта. Отсутствие штрихового кода часто является причиной снижения конкурентоспособности ряда отечественных товаров на внешнем рынке.

Штриховой код - товарный знак, наносимый на товар или его упаковку в виде машиночитаемого штрихового или цифрового символа.

Штриховой код является одним из средств системы автоматической идентификации товара, к которой также относятся средства цифровой, магнитной, радиочастотной, звуковой и визуальной идентификации (магнитная карточка, радиочастотная бирка и т. д.). Его главное преимущество перед другими средствами автоматической идентификации заключается в возможности оперативно передавать информацию о товаре по системе электронной связи, т. е. ШК является эффективным средством телекоммуникации.

Штриховой код предназначен:

- для оперативной идентификации товара и производителя;

- проведения торговых сделок "без бумаг": ШК сокращает издержки на делопроизводство с 15 до 0,5-3% от стоимости товара;

- автоматизированного учета и контроля товарных запасов;

- оперативного управления процессом товародвижения: отгрузки, транспортировки и складирования товаров (производительность труда по обеспечению товародвижения повышается на 30%, в некоторых случаях - до 80%);

- информационного обеспечения маркетинговых исследований.

Области применения ШК достаточно разнообразны: промышленное производство, оптовая и розничная торговля, складское хозяйство, транспорт, банковское дело, таможенный контроль, страхование, здравоохранение, издательство и др.

Каждому виду, разновидности, модификации товара присваивается индивидуальный товарный номер (обозначается штриховым кодом). При изменении потребительских свойств товара (состава, формы, размера, массы, конструкции, цвета, вида и способа упаковки, комплектности и т. д.) его ШК обязательно меняется. Только рыночное колебание цены на товар не влечет за собой изменения его товарного номера (кода).

Размещают ШК, как правило, на задней стенке упаковки в правом нижнем углу, на расстоянии не менее 20 мм от краев. Поверхность упаковки при этом должна быть абсолютно ровной, без перфорации, рисунков и т. д. При использовании мягких упаковок (пакетов из полимерных материалов) для нанесения ШК выбирают такое место, на котором штрихи будут параллельны днищу упаковки.

На каждой упаковке размещают лишь один код EAN или UPC*,* однако если товар зарегистрирован в двух ассоциациях, то в противоположных концах упаковки наносят два кода.

Таким образом, даже знание этих простейших правил иногда может защитить потребителя от подделки ШК.

Существуют два принципиально разных варианта нанесения ШК на товар или его упаковку:

1) полиграфическим способом;

2) в виде самоклеющихся этикеток, ярлыков и т. д.

Для считывания ШК применяют:

- стационарные и портативные лазерные сканеры, позволяющие считать ШК на различных расстояниях от товара: от 60 см до 5-6 м;

- кассовые терминалы, оснащенные системами считывания ШК;

- оптические контактные считыватели в виде ручек, карандашей, лазерных пистолетов и др.

Единственной организацией в России и странах СНГ, имеющей право регистрировать предприятия в Международной системе EAN и предоставлять уникальные штриховые коды EAN и американские коды UPC, является Внешнеэкономическая ассоциация в области автоматической идентификации UN/SCAN (ЮНИСКАН). Любое предприятие может стать полноправным членом - пользователем Международной ассоциации EAN и получить товарный номер (штриховой код) на свою продукцию.

Список литературы

1. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник /Под ред. Шевченко В.В. – М.:ИНФРА-М, 2006.

2. Товароведение и экспертиза промышленных товаров: Учебник/ Под ред. Неверова А.Н. – М.:ИНФРА, 2005.

3. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учебник. – М.: ИНФРА, 2003.