Министерство образования Российской Федерации

Санкт-Петербургский Государственный

Университет экономики и финансов

**Кафедра системы технологий и товароведения**

**Курсовая работа**

**По дисциплине №Товароведение и экспертиза товара»**

На тему**: «Бельевой трикотаж»**

**Студентка:**

**Михеенкова Н.В.**

**Группа: 366**

**Руководитель курсовой работы:**

**Санкт-Петербург**

**2008**

**Введение**

Трикотажные изделия классифицируются по следующим признакам: назначение, сырье, переплетение, способ изготовления, отделка. По назначению трикотажные изделия подразделяют на верхний трикотаж, бельевые трикотажные изделия, чулочно-носочные, перчаточные, головные уборы и платочно-шарфовые.

По сырью: трикотажные изделия изготовляют из натуральных волокон и из смеси различных волокон.

**1 Глава. Потребительские свойства бельевого трикотажа**

Потребительские показатели качества тканей можно подразделить на следующие группы: Гигиенические, эстетические, технологические,эксплуатационные.

**Гигиенические показатели** характеризуются следующими единичными показателями: гигроскопичность, влагопоглощаемость, воздухопроницаемость, пылепроницаемость, паропроницаемость.

**Гигроскопичность**:

Текстильных материалов определяет их способность поглощать влагу при 100% относительной влажности воздуха. Для доброкачественного выполнения операций отделки и крашения текстильных материалов необходима их хорошая смачиваемость , высокие сорбционные свойства. Чтобы повысить смачиваемость текстильных материалов, часто используют поверхностно-активные вещества (смачиватели), которые понижают поверхностное натяжение жидкости и создают гидрофильные слои на поверхности гидрофобных волокон. Так, для белья, платьев, блузок требуются материалы, обладающие высокими сорбционными свойствами, способностью к смачиванию и капиллярному впитыванию влаги

**Водопоглощаемость:**

Характеризует способность материала поглощать влагу при его полном погружении в воду. Ткани и трикотажные полотна способны к поглощению воды и влаги. В зависимости от окружающих условий материалы могут удерживать поглощенные вещества или отдавать их в окружающую среду. Гидрофильные волокна (вискозное, шерстяное, льняное, хлопковое) обладают большей способностью к набуханию, чем волокна малой гигроскопичности.

**Воздухопроницаемость:**

Это способность материала пропускать воздух. Наименьшей воздухопроницаемостью обладают ткани полотняного переплетения. С увеличением длины перекрытий повышается рыхлость тканей и увеличивается их воздухопроницаемость. Трикотажные полотна обладают большей воздухопроницаемостью по сравнению с тканями, так как петельным строением трикотажа обуславливается наличие крупных сквозных пор.

**Пылепроницаемость:**

Способность материала пропускать частицы пыли. Частицы пыли проникают сквозь материал в основном тем же путем, что и воздух: через сквозные поры материала..Удерживаются частицы пыли в структуре материала вследствие механического сцепления их с неровностями поверхности волокон и масляной смазки. Наибольшей пылеемкостью обладают шерстяные и хлопчатобумажные ткани.

**Паропроницаемость:**

Это способность материалов пропускать пары влаги из среды с большей влажностью в среду с меньшей влажностью.

**Эстетические показатели:**

Характеризуется следующими единичными показателями:драпируемость,сминаемость,формоустойчивость.

**Технологические показатели:**

Характеризуются следующими единичными показателями: иглопрорубаемость , раздвигаемость нитей в швах, осыпаемость.

**Эргономические показатели:**

Характеризуют степень приспособленности изделия к человеку и основаны на эргономических свойствах системы «человек-изделие-среда».При оценке качества конструкции промышленных изделий наиболее употрибительными являются понятия «удобство» и «комфорт».

**2 Глава. Классификация и ассортимент**

Ткани для нательного, постельного, столового белья и полотенец по волокнистому составу делятся на хлопчатобумажные и льняные. Разнообразен ассортимент материалов, используемых для корсетных изделий.

Хлопчатобумажные бельевые ткани делятся на три подгруппы: бязевую, миткалевую и специальную.

Бязевая подгруппа включает ткани, которые широко используются для постельного белья. В эту подгруппу входят бязи, полотна.

Бельевые бязи — плотные отбеленные ткани полотняного переплетения, выработанные из кардной пряжи.

Полотна несколько плотнее, грубее и тяжелее, чем бязи. Простынными называются полотна, ширина которых составляет 124—150 см.

Миткалевая подгруппа включает миткали и шифоны. Миткали — ткани полотняного переплетения из кардной пряжи. Миткали тоньше и легче бязи. Выпускаются миткали отбеленными и окрашены в нежные тона и в зависимости от отделки имеют разные названия: миткаль с мягкой отделкой — муслин, с полужесткой — миткаль бельевой, с жесткой - мадаполам.

В миткалевую подгруппу входит тонкая легкая гребенная отбеленная или светлоокрашенная ткань — шифон, которая вырабатывается полотняным переплетением из тонкой пряжи.

Мадаполам и миткаль бельевой применяются для наволочек и пододеяльников, которые легче и дешевле, чем аналогичные изделия из бязи и полотна. Муслин и шифон применяются для ночных сорочек. Льняные бельевые ткани вырабатываются полотняным (полотна) и крупноузорчатым переплетениями. В зависимости от волокнистого состава ткани делятся на чистольняные и полульняные. Для скатертей, салфеток (иногда для постельного белья) вырабатываются ткани, содержащие 7—8 % лавсана. Добавка лавсана производится для придания блеска, увеличения износостойкости и уменьшения сминаемости.

Чистольняные полотна вырабатываются только из пряжи мокрого прядения и в зависимости от толщины используемой пряжи делятся на очень тонкие, тонкие, средние, полугрубые и грубые. Самое тонкое льняное полотно называется льняным батистом и используется для носовых платков и нательного белья. Чистольняные полотна блестящие, гладкие и хорошо отстирываются. Полульняные полотна менее гладкие и блестящие, чем чистольняные.

Выпускаются полотна полубелыми, белыми, пестроткаными в полоску, клетку или с прослойками, т. е. с чередованием белой и окрашенной пряжи через одну, с печатными рисунками, с каймой. Для увеличения белизны и блеска белья ткани обрабатывают аппретами, содержащими оптические отбеливатели (белофоры), воск или стеарин. Разнообразный ассортимент нарядных тканей для столового, постельного белья и полотенец вырабатывается крупноузорчатыми переплетениями. Это так называемые камчатные ткани с традиционными пышными растительными и сложными геометрическими узорами, иногда — детскими рисунками.

*Бельевые трикотажные изделия*.

*По назначению:*

Бельевые ткани: нательное, постельное, столовое, белая спецодежда – бязи, миткали, специальные ткани, а также некоторые ткани из других групп – сатин, ситец, батист, полотенечные).

Трикотажное белье вырабатывается из хлопчатобумажной, шерстяной, полушерстяной, смешанной пряжи, искусственных и шерстяных нитей. Трикотажное белье гигиеничное, легкое, достаточно упругое, мягкое, хорошо облегает фигуру.

Трикотажное белье классифицируют по видам, сезонности, фасонам, размерам, ростам и подразделяют на бытовое и спортивное; по половозрастному признаку — на мужское, женское, детское (для новорожденных, ясельного, дошкольного, школьного, подросткового возраста).

Бельевые ткани (артикулы от 200 до 407 с резервом до 499)Эта группа подразделяетсяна 3 подгруппы: бязевую, миткалевую и специальную. Бельевые ткани выпускают отбеленными или окрашенными в светлые цвета.

В бязевую подгруппу входят бязи и полотна. Бельевые бязи по заправочным данным такие же, как и описанные выше бязи. Бязи применяются для мужского и постельного белья, полотно-только для постельного белья.

К миткалевой подгруппе относятся суровые ткани, называемые миткалями. По структуре они аналогичны ситцам. При мягкой отделке(менее 1,5% аппрета) из миткаля получают ткань, называемую муслин, при содержании аппрета 1,5 -2,5%-собственно миткаль, при полужесткой отделке-мадаполам (более 2,5%-3% аппрета). Муслин применяется для изготовления детских изделий, женских ночных сорочек, мадаполам-постельного белья(пододеяльников, наволочек..)

К миткалевой подгруппе принадлежит также шифон-добротная ткань полотняного переплетения из гребенной пряжи линейной плотности 15,4 или 14,3 текс в основе и 11,8 текс в утке с линейным заполнением 50-60% выпускается мерсеризованный.

В специальную подгруппу входит гринсбон, вырабатываемый переплетением ломаная саржа, и тик-ластик атласного переплетения. Это плотные ткани из однониточной кардной пряжи линейной плотности в основе 25 текс, в утке 36 текс, поверхностной плотности 160-197 г/м2, используется для изготовления мужского белья.

В ассортимент белья входят: изделия, которые защищают кожный покров от соприкосновения с верхней и легкой одеждой, и создает тепловой комфорт; белье постельное и столовое; корсетные изделия. Верхнее и нательное белье подразделяют на мужское и женское, детское; по сезону использования – на зимнее, демисезонное, летнее, внесезонное; по силуэту изделия могут быть полуприлегающие, прилегающие, прямые. Белье изготовляют строгой, спортивной формы и «фэнтэзи»; обработка мягкая. По виду применяемых материалов различают белье из хлопчатобумажных, шелковых, льняных, шерстяных, искусственных и синтетических тканей. Из нетканых материалов изготавливают только некоторые виды изделий, например, нижние сорочки и пижамы для сна, трусы, корсетные изделия, пеленки. В настоящее время основная доля бельевых изделий приходится на трикотажные. Белье из трикотажных полотен отличаются повышенной теплозащитностью, воздухо- и паропроницаемостью, высокой гигроскопичностью и, следовательно, хорошими гигиеническими свойствами, легко отстирываются, прочно в носке, мало сминается.

**Белье нательное**. По назначению различают бытовой и спортивный бельевой трикотаж; по половозрастному признаку – женский, мужской, подростковый и детский; по материалу – из хлопчатобумажной, хлопколавсановой пряжи, искусственных нитей, синтетической пряжи и нитей, эластичных и объемных нитей, чистошерстяной и смешанной пряжи. По виду полотна трикотажные бельевые изделия подразделяют на основовязаные и поперечно вязаные; по сезону – осенне-зимние и весенне-летние; по способу производства – на вязанные и кроеные. Кроме того, существует классификация по видам, фасонам, размерам, ростам, полотнам и другим признакам. Белье нательное подразделяют женское и для девочек. Сорочка нижняя – изделия, которое используется в качестве чехла для платьев. Комбинация – нарядная дневная сорочка с бретелями или без них, длиннее сорочки. Гарнитур – нарядное дневное белье из хлопчатобумажных, шелковых или синтетических тканей. В него входят сорочка на бретелях или плечиках, панталоны или трусы. Трусы используют также как составную часть пляжного костюма и спортивной одежды. Сорочка ночная – это нательное белье свободной формы. Пляжный ансамбль – комплект изделий, в который обязательно должен входить купальный костюм. Дополнительными предметами могут быть блузка, сарафан, юбка, халат, головной убор, сумка и другие изделия, предназначенные для пляжа. Нижняя юбка служит чехлом для платья. Ее носят летом вместо сорочки. К женским бельевым изделиям относятся комбинации, ночные сорочки, юбки нижние, панталоны и др. Разнообразие моделей комбинаций и сорочек обеспечиваются различными конструкциями лифа, разной отделкой горловины, пройма и низа изделия. Ассортимент нижнего белья пополняется благодаря разработке и внедрению полотен новых структур, обладающих комфортностью и модным художественно-колористическим оформлением, а также за счет создания новых видов изделий. Отечественная промышленность выпускает домашнюю одежду. Домашняя одежда для женщин и девушек – это халаты в комплекте с ночными сорочками или пижамами; туники в комплекте с ночными сорочками; жилеты и юбки с запахом в комплекте с ночными сорочками или пижамами и др. В ассортимент корсетных изделий входят бюстгальтер, бюстгальтер-комбинация, корсет, полукорсет, грация, грация-трусы, пояс для чулок, пояс панталоны и др.

**Белье мужское или для мальчиков**. Сорочка нижняя – нательное белье с рукавами и застежкой с верху или без нее, с воротником или без него. Кальсоны для мальчиков и мужские состоят из двух передних и задних половинок, соединенных между собой боковыми и шаговыми швами и швом сидения. Трусы мужские и для мальчиков шьют на поясе или с эластичной тесьмой, из саржи, сатина, ситца. Выпускаются также трусы для занятий спортом. Плавки мужские и для мальчиков – это короткие трусы, плотно облегающие тело. Они могут быть двойные и одинарные, на пуговицах или на шнуровке. Пижама для сна состоит из куртки и брюк свободной формы. Их шьют из сатина, ситца, штапеля шелка.

**Белье для новорожденных и детей ясельного возраста**. К такому белью предъявляют высокие гигиенические требования. Изделия должны обладать воздухопроницаемостью, гигроскопичностью, теплозащитными свойствами, а также хорошо отстирываться и гладиться, не стеснять движения ребенка, не нарушать дыхания кровообращения. *В ассортимент входят изделия:* распашонка, рубашечка, кофточка, ползунки, песочницы, нагрудники, конверты для новорожденных, пеленки, подгузники, простыни, комбинезоны.

Белорусский бельевой трикотаж

“Klever”

“Лимпопо”

“Babybutik”

**3 Глава. Классификация и кодирование товара**

**3.1 ОКП (Общероссийский классификатор продукции)**

*Назначение*

Общероссийский классификатор продукции (ОКП) входит в состав ЕСКК Российской Федерации. ОКП предназначен для обеспечения достоверности, сопоставимости и автоматизированной обработки информации о продукции в таких сферах деятельности как стандартизация, статистика, экономика и другие.

Ведение ОКП осуществляет Всероссийский научно-исследовательский институт классификации, терминологии и информации по стандартизации и качеству (ВНИИКИ) Госстандарта России совместно с головными и ведущими организациями по ОКП министерств и ведомств.

*Принципы организации*

ОКП представляет собой систематизированный свод кодов и наименований группировок продукции, построенных по иерархической системе классификации. Классификатор используется при решении задач каталогизации продукции, включая разработку каталогов и систематизацию в них продукции по важнейшим технико-экономическим признакам; при сертификации продукции в соответствии с группами однородной продукции, построенными на основе группировок ОКП; для статистического анализа производства, реализации и использования продукции на макроэкономическом, региональном и отраслевом уровнях; для структуризации промышленно-экономической информации по видам выпускаемой предприятиями продукции с целью проведения маркетинговых исследований и осуществления снабженческо-сбытовых операций.

Каждая позиция ОКП содержит шестизначный цифровой код, однозначное контрольное число и наименование группировки продукции, которые записывают по следующей форме:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код | КЧ | Наименование |
| Например: 53101 | 1 | Бельевой трикотаж |

В ОКП предусмотрена пятиступенчатая иерархическая классификация с цифровой десятичной системой кодирования.

На каждой ступени классификации деление осуществлено по наиболее значимым экономическим и техническим классификационным признакам.

На первой ступени классификации располагаются классы продукции (ХХ 0000), на второй – подклассы (ХХ Х000), на третьей – группы (ХХ ХХ00), на четвёртой – подгруппы (ХХ ХХХ0) и на пятой – виды продукции (ХХ ХХХХ).

Коды 2-5-разрядных группировок продукции дополнены нулями до 6 разрядов и записываются с интервалом между вторым и третьим разрядами. Классификация продукции в ОКП может быть завершена на третьей, четвёртой или пятой ступенях классификационного деления.

При записи отдельных наименований классификационных группировок используют сокращённую форму записи с заменой лексических элементов графическими, при этом:

опускают начальную часть полного наименования, вместо которой ставят тире, когда она повторяет предшествующее наименование;

предшествующее наименование или его часть, соответствующая опускаемой части сокращённого наименования, отделяют косой чертой.

**3.2 НГС (НОМЕНКЛАТУРА ГАРМОНИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ)**

Международная товарная номенклатура, разработанная на основе Брюссельской таможенной номенклатуры (БТН) и Стандартной международной классификации ООН (СМТК). Действует с 1 января 1988 г.

Гармонизированная система описания кодированных товаров — номенклатура, представляющая собой многофункциональный товарный классификатор, основная цель которого - упорядочить многообразие перемещаемых товаров. С 1 января 1988 г. вступила в силу Международная конвенция о гармонизированной системе описания и кодирования товаров. В нашей стране эта система применяется с 1 января 1991 г. в соответствии с постановлением Совета Министров СССР от 12 августа 1988 г. № 1004. На ее базе построен национальный классификатор - Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТНВЭД). В соответствии с постановлением Правительства РФ от 3 апреля 1996 г. № 372 РФ присоединилась к Международной конвенции о гармонизированной системе описания и кодирования товаров. Постановлением Правительства РФ от 27 декабря 1996 г. № 1560 "О товарной номенклатуре, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности и таможенном тарифе Российской Федерации" определено, что единая ТНВЭД СНГ, базирующаяся на гармонизированной системе, является основой системы описания и кодирования товаров и используется для формирования таможенного тарифа РФ.

номенклатура гармонизированной системы (НГС), которая включает в себя:

товарные позиции,

субпозиции и относящиеся к ним цифровые коды,

примечания к разделам, группам и субпозициям,

основные правила классификации толкования ГС .

***Система классификации, используемая в НГС,*** охватывает все обращающиеся в международной торговле товары, группируя их в шесть блоков:

разделы,

группы,

подгруппы,

товарные позиции,

субпозиции,

подсубпозиции.

*Основу классификации товаров по 21 разделу, принятому в НГС, составляет совокупность различных, часто не связанных между собой признаков товаров, основными из которых являются:*

происхождение (разделы I, II, V),

назначение (разделы IV, XI, XII, XVII, XVIII,XIX, XX, XXI),

химический состав (разделы III, VI, VII),

вид материала, из которого изготовлен товар (разделы VIII, IX, X, XIII, XIV, XV).

*При образовании групп (их в НГС насчитывается 96) используется принцип последовательности обработки товара:*

- от сырья, полуфабрикатов до готовых изделий.

*И следующие основные четыре признака товаров:*

степень обработки,

назначение,

вид материала, из которого он изготовлен,

назначение товара в мировой торговле.

*В НГС принято цифровое обозначение:*

- разделы и подгруппы обозначены римскими цифрами,

- товарные группы, позиции и субпозиции - арабскими.

*При этом коды разделов и подгрупп не взаимосвязаны друг с другом, равно как и с кодами групп, товарных позиций и субпозиций.*

- товарные подпозиции цифрового кода в НГС не имеют, они обозначаются прочерком ("-"), проставляемым перед их наименованием.

В НГС используется ***шестизначный цифровой код*** обозначения товара. Структура этого кода построена по десятичной системе и включает:

код группы,

товарной позиции,

субпозиции из двух разрядов каждый.

Примечания составляют неотъемлемую часть НГС и имеют юридическую силу.

***Основные правила классификации в ГС:***

Правило 1

Названия разделов, групп и подгрупп приводятся только для удобства использования ТН ВЭД; для юридических целей классификация товаров в ТН ВЭД осуществляется исходя из текстов товарных позиций и соответствующих примечаний к разделам или группам и, если такими текстами не предусмотрено иное.

Правило 2

А) Любая ссылка в наименовании товарной позиции на какой-либо товар должна рассматриваться и как ссылка на такой товар в некомплектном или незавершенном виде при условии, что, будучи представленным в некомплектном или незавершенном виде, этот товар обладает основным свойством комплектного или завершенного товара, а также должна рассматриваться как ссылка на комплектный или завершенный товар (или классифицируемый в рассматриваемой товарной позиции как комплектный или завершенный в силу данного Правила), представленный в несобранном или разобранном виде.

Б)Любая ссылка в наименовании товарной позиции на какой-либо материал или вещество должна рассматриваться и как ссылка на смеси или соединения этого материала или вещества с другими материалами или веществами. Любая ссылка на товар из определенного материала или вещества должна рассматриваться и как ссылка на товары, полностью или частично состоящие из этого материала или вещества. Классификация товаров, состоящих более чем из одного материала или вещества, осуществляется в соответствии с положениями Правила 3.

Правило 3

А) Предпочтение отдается той товарной позиции, которая содержит наиболее конкретное описание товара, по сравнению с товарными позициями с более общим описанием. Однако когда каждая из двух или более товарных позиций имеет отношение лишь к части материалов или веществ, входящих в состав смеси или многокомпонентного изделия, или только к части товаров, представленных в наборе для розничной продажи, то данные товарные позиции должны рассматриваться равнозначными по отношению к данному товару, даже если одна из них дает более полное или точное описание товара.

Б) Смеси, многокомпонентные изделия, состоящие из различных материалов или изготовленные из различных компонентов, и товары, представленные в наборах для розничной продажи, классификация которых не может быть осуществлена в соответствии с положениями Правила 3а, должны классифицироваться по тому материалу или составной части, которые придают данным товарам основное свойство, при условии, что этот критерий применим.

В) Товары, классификация которых не может быть осуществлена в соответствии с положениями Правила 3а или 3б, должны классифицироваться в товарной позиции, последней в порядке возрастания кодов среди товарных позиций, в равной степени приемлемых для рассмотрения при классификации данных товаров.

Правило 4

Товары, классификация которых не может быть осуществлена в соответствии с положениями вышеизложенных правил, классифицируются в товарной позиции, соответствующей товарам, наиболее сходным (близким) с рассматриваемыми товарами.

Правило 5

А) Чехлы и футляры для фотоаппаратов, музыкальных инструментов, ружей, чертежных принадлежностей, ожерелий, а также аналогичная тара, имеющая специальную форму или приспособленная для размещения соответствующего изделия или набора изделий, пригодная для длительного использования и представленная вместе с изделиями, для которых она предназначена, должны классифицироваться совместно с упакованными в них изделиями, если такого вида тара обычно поступает в продажу вместе с данными изделиями. Однако данное Правило не применяется к таре, которая, образуя с упакованным изделием единое целое, придает последнему основное свойство.

Б) Согласно положениям вышеприведенного Правила 5а упаковочные материалы и тара, поставляемые вместе с находящимися в них товарами, должны классифицироваться совместно, если они такого вида, который обычно используется для упаковки данных товаров. Однако данное положение не является обязательным, если такие упаковочные материалы или тара со всей очевидностью пригодны для повторного использования.

Правило 6

Для юридических целей классификация товаров в субпозициях товарной позиции должна осуществляться в соответствии с наименованиями субпозиций и примечаниями, имеющими отношение к субпозициям, а также положениями вышеупомянутых правил при условии, что лишь субпозиции на одном уровне являются сравнимыми. Для целей настоящего Правила также могут применяться соответствующие примечания к разделам и группам, если в контексте не оговорено иное.

**3.3 ТН ВЭД России. Характеристика десятизначного кода. Содержание разделов и групп, принципы построения**

В Российской Федерации Гармонизированная система описания и кодирования товаров вместе с Комбинированной номенклатурой ЕЭС (КН ЕЭС) используется в качестве основы для построения Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности(ТН ВЭД). Указанная международно-правовая основа товарной номенклатуры стала применяться в ***с 1 января 1991 года.***

Объектом любой внешнеторговой сделки является конкретный товар. Для идентификации товара (что понимается под данным товаром ) была введена Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД), разработанная на базе Номенклатуры Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (НГС) и Комбинированной тарифно-статистической номенклатуры Европейского сообщества (КН ЕЭС). ТН ВЭД является основой системы мер государственного регулирования внешнеэкономической деятельности страны. На базе НГС в каждой стране, подписавшей Конвенцию по Гармонизированной системе, были созданы национальные товарные номенклатуры, но согласно этой Конвенции нельзя изменять классификацию товаров и их код в пределах первых шести знаков.

Развивающимся странам разрешено частичное применение ГС в шестизначном коде, им допускается детализация на уровне пятого и шестого знака, заменяя их соответственно на "00" или "О". Число знаков в коде неодинаково для разных стран. Например, детализация номенклатуры товаров в США доходит до одиннадцати знаков, в России до десяти.

**Таким образом, десятизначный цифровой код ТН ВЭД России состоит из следующих элементов:**

первые шесть цифр означают код товара по Н ГС;

те же шесть цифр плюс седьмой и восьмой знаки образуют код товара по КН ЕЭС;

девятая и десятая цифры предназначена для возможной детализации в будущем тех или иных товарных позиций с учетом интересов страны.

название лица, перемещающего товары, его юридический адрес;

Правильное определение положения товара в номенклатуре (его классификация) имеет решающее значение для установления порядка его перемещения через таможенную границу и ведения внешнеторговой статистики. Допущенные ошибки в коде в таможенной декларации рассматриваются таможенными органами как нарушение, влекущее за собой ответственность в соответствии с действующим законодательством. Однозначное понимание классификационных группировок является не только преимуществом ТН ВЭД, но и необходимым условием при определении ставок таможенных пошлин, НДС, ставок акциз и иных платежей, при определении режимов, при сопоставлении таможенных тарифов.

Принцип построения ТН ВЭД России.

**Сущность принципа построения ТН ВЭД России заключается в распределении информации о кодах товаров в соответствии с пятью уровнями детализации:**

1-й уровень - Разделы

2-й уровень - Группа (Подгруппы) (2значный код);

3-й уровень - Товарная позиция (4значный код);

4-й уровень - Субпозиция (6значный код);

5-й уровень - Подсубпозиция (10значный код).

Также в ТН ВЭД содержатся Примечания к Разделам и Группам (в некоторых случаях к субпозициям), которые разъясняют, какие товары могут включаться в соответствующие разделы и группы.

На уровне разделов товары детализируются, как правило. в соответствии с отраслями промышленности.

ТН ВЭД России включает 21 раздел.

ТН ВЭД России включает 97 групп.

При построении товарных позиций (4хзначный код) и субпозиций (6тизначный код) учитывается: вид материала, из которого изготовлен товар; производственные мощности; значение товара в мировой торговле. Четыре последние цифры десятизначного кода подсубпозиции отражают детализацию номенклатуры товаров в соответствии с признаками, принятыми в стране. ТН ВЭД России включает 1241 товарную позицию и 5013 субпозиций.

Примечания имеют две основные функции: разграничение различных товарных позиций; определение значения различных терминов.

**4 Глава. Факторы формирующие качество товара**

**4.1 Спрос на рынке трикотажа в Российской Федерации в 2007 году**

Доля импорта на российском рынке одежды — более 95%. Вместе с тем российская швейная и трикотажная отрасли растут достаточно высокими темпами. При этом производителям удается не только весьма успешно развиваться в узких рыночных сегментах, но даже конкурировать с китайцами на поле дешевого ширпотреба.

По данным экспертов, оборот розничного рынка швейных и трикотажных изделий вырос за последние семь лет примерно втрое и сегодня составляет порядка $30 млрд. в год. Однако, как отмечают эксперты, доля российских производителей на этом большом рынке невелика — лишь 3,5%. Основными поставщиками являются Китай (35% всего импорта), Турция (12%), Германия (8%) и Италия (6%). Заметна доля импорта из Киргизии — 5%. На Индию и Вьетнам приходится 2% и 1% соответственно (Рис. 1).

**Рис. 1. Импорт одежды в Россию по странам, %**

Казалось бы, под напором импорта российский производитель должен был уменьшать объемы производства. Однако в 2006 г. текстильное и швейное производство показало серьезный рост — на 7,3%. В 2007 г. движение вверх продолжилось: увеличение составило 12%.

В 2007 г. по сравнению с 2006 г. в России на 5% меньше выпущено трикотажных изделий и бельевого трикотажа, хотя импорт на аналогичные изделия увеличился более чем в два раза. Об экспорте одежды можно судить по данным Южного таможенного управления Федеральной таможенной службы России (Рис. 2).

**Рис. 2. Основная номенклатура экспорта ЮФО в 2007 г.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Cтоим (тыс.$)** | **В % к итогу** | **Темп роста по стоим.** | **Вес (т)** |
| **2006** | **2007** | **2007** | **2007** | **2006** | **2007** |
| Предметы одежды и принадлежности к одежде трикотажные машинного или ручного вязания | 423,7 | 767,7 | 0,01% | 181,2% | 34,5 | 52,4 |

Тем не менее, несмотря на то, что российские производители одежды занимают небольшую долю рынка - около 20%, они агрессивно расширяют сферу своего присутствия. Темпы роста новых одежных сетей, принадлежащих российским компаниям, даже превышают темпы роста по рынку. Результатом их деятельности стал рост узнаваемости российских брэндов одежды, их признание как качественного товара. По оценкам ряда экспертов, будущее российского рынка одежды именно за российскими предприятиями, способными создать узнаваемый брэнд.

На рынке одежды все более популярной становится трикотажная одежда. Сегодня рынок трикотажных изделий стал гораздо разнообразнее. Повышенным спросом пользуется повседневная одежда для молодежи. Причины понятны: трикотажное полотно изготавливается в основном из хлопка, допускается небольшое содержание синтетики. Для верхней одежды идут практичные смесовые материалы. Такие вещи очень ноские и неприхотливы в использовании.

Условно трикотажные предприятия можно разделить на две группы – «швейники», изготавливающие одежду из трикотажного полотна и купонов, и «чулочно-носочники», то есть те, которые вяжут чулки, носки и колготки из трикотажной пряжи. Трикотажный бум продолжается, идет возврат к хлопку, мягким трикотажным полотнам, поэтому спрос на выпускаемые изделия ровный по всем ассортиментным группам.

Ассортимент трикотажных изделий, выпускаемых российскими предприятиями, широк: от предметов первой необходимости (бельевого трикотажа), до верхней одежды, включая детские товары. Сегодня актуальны футболки, топы, тонкие водолазки и свитера, пуловеры, джемперы, платья, брючные набивочные комплекты, жилеты, майки. Спрос на трикотажные изделия стабилен, правда, подвержен сезонным колебаниям как по ассортименту, так и по сырью. Качество, дизайн и сырьевой состав российского трикотажа постоянно повышается.

Раньше потребность населения в модной одежде, в том числе из трикотажа, как правило, удовлетворялась за счет импорта, а российская промышленность в основном контролировала производство продукции для детей, людей пожилого возраста, социально незащищенных групп, государственные нужды, то есть недорогой и, как считалось, непритязательной одежды.

С началом экономических реформ положение отраслей резко ухудшилось. Возможность после экономического кризиса занять нишу, освобожденную импортерами, была использована не в полной мере. Тем не менее, емкость российского рынка трикотажных изделий увеличилась по сравнению с кризисным годом в 2,5 раза, судя по официальным данным, благодаря росту производства и импорта.

Даже по расчетным данным, на которых базируются нормы, ежегодный объем потребления бельевого и верхнего трикотажа должен составлять около 630 млн. шт. Среди крупнейших российских трикотажных предприятий по объемам производства лидируют ЗАО «Чебоксарский трикотаж», ОАО «Шарм», ЗАО «Тривел». Рост объемов реализации этих предприятий обусловлен тем, что их руководство переориентировало производственные программы на конкурентоспособную продукцию, имеющую платежеспособный спрос на внутреннем рынке.

Основная доля производства приходится на бельевой трикотаж, что объясняется стабильным платежеспособным спросом населения. В настоящее время центр производства из Центрального региона, где раньше только в одной Москве выпускалось до 25% всех трикотажных изделий, переместился в Поволжский, Дальневосточный, Северо-Западный, Южный, Уральский и Сибирский федеральные округа.

Изменение спроса платежеспособной части населения в сторону более качественной и модной продукции меняет ассортиментную политику. Незащищенность российских фирм на мировом рынке одежды, отсутствие опыта ведения международного бизнеса влекут за собой поставку импортных изделий невысокого качества, часть из которых производится специально для России. Большинство российских компаний, ориентированных на массовый спрос, стремятся к получению прибыли от максимального снижения контрактных цен не благодаря снижению издержек производства и обращения, но за счет снижения качества сырья и технологий.

По данным исследований, 65% москвичек предпочитают трикотажную одежду текстильной. Доля верхних изделий в общем объеме трикотажного производства составляет около 40%. Чем ниже порог (входной барьер) на рынок, тем жестче на нем конкуренция. Производство так называемых изделий верхнего трикотажа - не самый затратный бизнес. В силу этого он обладает особой притягательностью для дилетантов и любителей «быстрых» денег. Продвижение без затрат на развитие марки сводится к малобюджетным и чаще всего неэффективным рекламным акциям. Зато профессиональное продвижение марки окупается сторицей.

По каналам реализации в крупных городах складывается весьма благоприятная ситуация для фирменной торговли в среднем ценовом сегменте. Количество потребителей, предпочитающих делать покупки на вещевых рынках, постоянно снижается. Не случайно, например, SELA, открывающая новые магазины во всех городах России, воспринимается жителями как уникальный брэнд. При этом трикотажные изделия других марок, начавших раскручиваться на несколько лет позднее, покупатели не идентифицируют как особую. Маркетинговые исследования свидетельствуют о том, что российский покупатель нерешителен, достаточно вяло реагирует на рекламу, зато больше доверяет надежности распространенных брэндов.

На российском рынке одежды начинают проявляться тенденции, характерные для развитых западных рынков. В первую очередь, это ускорение производственного цикла и увеличение объемов производства с одновременным снижением издержек. В связи с этим уменьшается доля практичных вещей «на каждый день». Если несколько лет назад вещи такого типа составляли до 90% коллекций, то сейчас – не более 15%. Поскольку не вся продукция реализуется в срок, увеличивается число стоковых центров. По данным компаний, от коллекций остается не менее 15% всего завезенного товара, который затем перенаправляется в стоковый магазин.

По мнению экспертов, объем российского рынка одежды в 2007 г. достиг $40 млрд. (в 2006 г. - 31,3 млрд. долл.). Из них около 30% приходится на нижний и более 55 % - на средний ценовой сегмент.

Ежегодно рынок одежды увеличивается на 15-25%. При этом темпы роста среднеценового сегмента превышают среднерыночные. По данным экспертов, объем данного сегмента увеличивается на 25-30% ежегодно. Это связано, прежде всего, с постоянным ростом уровня жизни населения, а также с постепенным уменьшением объема продаж на вещевых ярмарках. Потребитель все чаще предпочитает совершать покупки в магазинах. Кроме того, росту объема магазинной торговли способствует открытие все новых и новых торговых центров: стоимость обустройства торговых площадей в них существенно ниже, чем при открытии магазина в отдельно стоящем здании.

По оценке экспертов, доля отечественных производителей в общем объеме одежного рынка России составляет по разным данным от 3,4 до 3,7%. В настоящее время российский рынок одежды практически не консолидирован. Согласно имеющимся данным, оборот ведущих ритейлеров не превышает $200 млн., а средний оборот компаний, входящих в десятку крупнейших, составляет примерно $90-93 млн. Поскольку отечественный рынок одежды ненасыщен и в настоящее время малорискован, это привлекает инвесторов не только из данной отрасли, но и из принципиально других сфер бизнеса.

**4.2 Методы определения показателей качества**

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

Наименование показателя служит качественной характеристикой товара.

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

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

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

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

Разновидность комплексного показателя является интегральным показателем качества. Этот показательно, выраженный через отношение показателей свойств, определяющих потребительную стоимость и стоимость, рассчитывается по формуле: А=К0/З, Где а – интегральный показатель качества, К0 – показатель, характеризующий основные потребительские свойства изделия, З – затраты на производство (Зп) и эксплуатацию изделия (Зэ) (З=Зп+Зэ)

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

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

Определяющие показатели – показатели, имеющие решающее значение при оценке качества товаров. К ним относятся многие органолептические показатели – внешний вид, цвет всех потребительских товаров, вкус и запах пищевых товаров, физико-химические показатели массовая доля жира, этилового спирта и т.д.

Оптимальное значение показателя – значение, позволяющее достигнуть наиболее полного удовлетворения части потребностей, которые обусловливает дынный показатель.

Так, оптимальное значение показателя «внешний вид плодов и овощей» характеризуется типичными или свойственными природному сорту формой, окраской чистотой и сухой поверхностью без повреждений. Такое значение показателя свидетельствует о способности этих товаров наиболее полно удовлетворить потребности: физиологические 0 по функциональному назначению, эстетическое и безопасности благодаря отсутствию микробиологической порчи и микотоксинов.

Довольно часто оптимальное значение применяется в качестве нормы, устанавливаемой стандартами и ТУ. Тогда эти значение приобретает статус регламентируемого. Поэтому при оценке определяется действительное значение показателя качества.

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

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

Регламентированное значение показателя – значение, установленное действующими нормативными документами.

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

Предельное значение – значение показателя качества, превышения или снижения которого регламентируется как несоответствие действующему НД.

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

Оценка уровня качества, необходимая для планирования качества и установления цен, проводится приемочной комиссией при оценке продукции.

Показатель качества оцениваемого изделия определяют измерительными, органолептическими и другими методами в лабораториях промышленных предприятий и научно-исследовательских институтов, в испытательных центрах.

Результаты измерений показателей свойств фиксируют в протоколе испытаний и заносят в карту технического уровня качества продукции. В ней указывают также базовые показатели. Располагая числовыми значениями показателей качества, можно определить уровень качества.

Уровень качества устанавливается с помощью дифференциальных, комплексных и смешенных методов.

Дифференциальный метод определения уровня качества достаточно прост и состоит в сравнении единичных показателей качества оцениваемого изделия с одноименными базовыми показателями. Об уровне качества судят по величине относительных показателей. Если все они больше или равны единице, то уровень качества оцениваемого изделия превышает базовый или соответствует ему. В случае, когда относительные показатели или большая их часть меньше единицы, уровень качества изделия – ниже базового образца.

Относительные показатели качества (q1) рассчитывают по формулам: Где Рi, PіБ - значение i-го показателя качества соответственно оцениваемого и базового образцов; N – число показателей продукции

Комплексный метод характеризуется несколькими свойствами. Он основан на сравнении комплексных показателей оцениваемого изделия с комплексными базовыми показателями. Однако значимость этих свойств в составе качества не одинаковы.

Смешанный метод оценки уровня качества сочетает дифференциальный и комплексный методы. Наиболее важные свойства оценивают дифференциальным методом, другие свойства объединяют в группы и оценивают комплексным методом.