1. Классификация товаров

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

Объект классификации — элемент классифицируемого множества. В товароведении таким множеством выступает товар. Из множества всех товаров по признаку назначения для индивидуальных потребителей выделяются потребительские товары, а для производителей продукции и/или исполнителей услуг — товары промышленного назначения и товары для управленческой деятельности.

Признак классификации — свойство или характеристика объекта, по которому производится классификация (назначение, сырье, материал изготовления, способ производства, отделки, обработки, конструкция, вид, размер, сорт).

Целью классификации являются систематизация, а также идентификация и прогнозирование свойств товаров. Систематизация достигается путем установления последовательности и взаимосвязей определенных классификационных группировок, полученных конкретным методом классификации

Существуют два метода классификации: иерархический и фасетный.

Иерархический метод классификации — последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки. Особенностью метода является тесная связь между отдельными классификационными группировками, выявляемая через общность и различия основополагающих признаков. Основой деления множества на подмножества по основополагающему для данного этапа признаку является ступень классификации.

Ступень классификации — этап классификации при иерархическом методе, в результате которого получается совокупность классификационных группировок. Каждая ступень и группировка выделены по своему основополагающему признаку. Количество признаков и ступеней определяет глубину классификации. а глубина классификации иерархическим методом равна 3. На практике глубина классификации не превышает 10.

При необходимости увеличить число признаков применяют фасетный метод.

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

Особенностью метода является то, что разные признаки не связаны между собой. Благодаря этому фасетная система отличается большей гибкостью, возможностью ограничивать число признаков и группировок. Примером фасетного метода может служить классификация вин: по срокам выдержки — молодые, ординарные, марочные, коллекционные; по цвету — белые, розовые, красные. (таблица 1)

Таким образом, преимущества одного метода классификации выступают в качестве недостатков другого, т.е. обе разновидности дополняют друг друга. Поэтому в некоторых случаях их используют совместно. При классификации разными методами применяются общие и специфические правила. В этом случае можно говорить о системе классификации как о совокупности методов, правил, результатов классификации.

Общим правилом для иерархического и фасетного методов является выбор разновидности метода классификации в зависимости от ее целевого назначения.

К специфичным правилам классификации объектов при иерархическом методе относятся:

1) первоочередность наиболее общих признаков при делении множества на подмножества;

2) использование на каждой ступени только одного признака, имеющего принципиальное значение для этого этапа;

3) разделение объектов последовательно — от большого к меньшему, от общего к частному;

4) выбор из множества признаков одинаковой степени общности наиболее существенного;

5) необходимость установления оптимального числа признаков и ступеней, а также глубины.

К специфичным правилам классификации объектов при фасетном методе относятся:

1) примерно одинаковая значимость и независимость используемых классификационных признаков;

2) отсутствие общности классификационных признаков;

3) возможность дополнения количества признаков.

Таблица 1. Преимущества и недостатки иерархического и фасетного методов классификации

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

1.1 Классификаторы

Классификатор - это официальный нормативный документ, представляющий систематизированный свод наименований и кодов классификационных группировок и/или объектов классификации.

Классификаторы подразделяются в зависимости от областей применения и назначения.

Общероссийский классификатор продукции (ОКП) введен в действие с 1 июля 1994 года для решения задач управления народным хозяйством. ОКП входит в состав Единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК) Российской Федерации.

Классификатор обеспечивает достоверность, сопоставимость, автоматизацию обработки информации о продукции; упрощает каталогизацию продукции и статистический анализ производства, реализации и использования продукции на макроэкономическом, региональном и отраслевом уровнях; структуризацию промышленно-экономической информации по видам выпускаемой продукции с целью проведения маркетинговых исследований и осуществления коммерческой деятельности.

ОКП - это систематизированный свод кодов и наименований группировок продукции, построенных на основе иерархической системы классификации.

ОКП состоит из двух частей: классификационной — К-ОКП и ассортиментной — А-ОКП.

К-ОКП — свод кодов и наименований классификационных группировок, систематизирующих продукцию по определенным общим признакам, в основном потребительского характера.

А-ОКП представляет собой свод кодов и наименований, относящихся к определенной группировке и позволяющих идентифицировать продукцию, ее типы, марки и другие элементы ассортимента.

ОКП имеет 5-ступенчатую иерархическую классификацию с цифровой десятичной системой кодирования. На первой ступени располагаются классы продукции — ХХ 0000, которые кодируются двухзначными кодами от 01 до 99, на второй подклассы — ХХХ 000, на третьей группы — ХХХХ 00, на четвертой подгруппы — ХХ ХХХ 0, на пятой виды продукции — ХХ ХХХХ. Каждая позиция ОКП имеет шестизначный цифровой код, однозначное контрольное число и наименование группировки продукции, которые записываются в следующей табличной форме:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код | Контрольное число | Наименование |
| 572100 | 7 | Асбест |

товар продукция классификация

Коды двух пятиразрядных группировок продукции дополнены нулями до шести разрядов и записываются с интервалами между вторым и третьим разрядами. Классификация продукции может быть завершена на 3, 4, 5 ступенях классификационного деления. Если товары делятся на типы, марки, модели, то они отражаются в отраслевых классификаторах продукции. Для однозначности понимания и разграничения объемов используемых понятий отдельные позиции ОКП включают пояснения. Пояснения приведены непосредственно под наименованием позиции, к которой они относятся.

В отраслевых классификаторах продукции при необходимости отражения конкретных типов, марок, моделей и других характеристик отдельных видов продукции в качестве первых шести знаков должны использоваться коды из ОКП.

Товарная номенклатура внешнеэкономической детальности (ТН ВЭД) используется Федеральной таможенной службой Российской Федерации (ФТС) при таможенном оформлении и контроле товаров, ведении таможенных экономических операций (таможенные пошлины, определение таможенной стоимости, отчетность, планирование и др.), ведении таможенной статистики внешней торговли, изучении товарной структуры внешней торговли.

TH ВЭД построена на основе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (ГС), используемой в мировой практике. Товарная номенклатура утверждается Правительством РФ, ФТС РФ участвует в ее разработке, вносит изменения в толкование.

Товарная номенклатура — это систематизированный перечень товаров с системой цифровых кодов, позволяющих представить информацию в удобной форме для сбора, передачи, практической деятельности в автоматизированной системе. В ТН ВЭД товары делятся на 21 раздел и 97 групп. Основная единица измерения товаров — масса в кг. Основные признаки классификации товаров, используемые в ТН ВЭД: материал, из которого выполнен товар; функциональное или целевое назначение, степень обработки (изготовления).

Товарная номенклатура предусматривает 5 уровней классификации товаров.

1уровень — разделы.

2 уровень — группы.

3 уровень — товарные позиции.

4, 5 уровни — более низкие уровни детализации.

Правильное определение товара и его кода имеет решающее значение при определении ставок таможенного тарифа, установлении режима, льгот, платежей. Уклонение от установленного порядка перемещения товара через таможенную границу РФ, заявление неправильного кода или указание неверных данных в ФТС влечет ответственность в соответствии с таможенным законодательством. В кодах ТН ВЭД строго соблюдаются принципы однозначного отнесения товаров к той или иной группе. Для точного определения кода товаров необходимо использовать три составные части ТН ВЭД: номенклатурную часть; примечание к разделам и группам; основные правила интерпретации. В соответствии с первыми пятью правилами в кодах ТН ВЭД определяют товарную позицию (первые 4 знака). По 6-му правилу находят субпозицию (5 и 6 знаки) и под субпозицию (7, 8, 9 знаки) десятизначного кода. При определении кода товаров по ТН ВЭД применяются дополнительные публикации (пояснения, алфавитный указатель, Сборник квалификационных решений). Комплексным руководством являются «Основные правила интерпретации».

2.Товароведная классификация товаров

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

По назначению все товары подразделяются на следующие роды: потребительские товары, товары промышленного назначения, товары для офиса.

Каждый род товаров подразделяется на под роды и классы.

Род потребительских товаров делится на три подрода: продовольственные, непродовольственные и медицинские товары.

Класс товаров — множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей.

В зависимости от используемого сырья и назначения классы делятся на подклассы, группы, подгруппы, виды и разновидности. Последние две группировки могут иметь два наименования: номинальные и марочные. Например, под род продовольственные товары делится на два класса: пищевые продукты и табачные изделия.

Подкласс однородных товаров — множество товаров, удовлетворяющих аналогичные группы потребностей, имеющих определенные различия. Например, подкласс «Пищевые продукты растительного происхождения» удовлетворяет физиологические потребности в специфических питательных веществах, присущих только этой группе.

Группа однородных товаров — подмножество товаров, удовлетворяющих более специфичные группы потребностей, что обусловлено особенностями применяемого сырья, материалов, конструкций. Так, подкласс «Пищевые продукты растительного происхождения» подразделяется на плодоовощные, зерно мучнистые и другие группы товаров.

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

Вид товаров — совокупность товаров, отличающихся индивидуальным назначением и идентификационными признаками. Так, виды сахаристых изделий — карамель и конфеты — отличаются, прежде всего, внешним видом и консистенцией. Они имеют общее назначение — должны удовлетворять потребность в ощущении приятного сладкого вкуса, и индивидуальное — потребность в разной консистенции.

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

Наименование товаров — совокупность товаров определенного вида, отличающихся от товаров того же вида собственным название (именем) и индивидуальными особенностями, обусловленными подбором сырья, материалов, а также конструкцией, технологией.

Номинальное наименование — именное обобщенное название товара, выпускаемого разными изготовителями. Например, карамель Мятная, конфеты Радий, Коровка и т.д.

Марочное наименование, или торговая марка — индивидуальное название товара, выпускаемого определенным изготовителем. Например, сок Я, Моя Семья и т.д.

Торговый артикул (ТА) — ассортиментная единица товара, включающая его наименование и/или торговую марку, при необходимости градацию качества, типоразмер или количественную характеристику фасованной продукции, а также иные необходимые сведения. Торговый артикул необходим для автоматизированного учета с помощью штрих-кодовой информации.

Таким образом, общая товароведная классификация продовольственных и непродовольственных товаров имеет большую глубину, поэтому возможно применение дополнительных классификационных группировок, например, подклассов и подгрупп разных ступеней. Деление потребительских товаров на роды, под роды, классы и подклассы основано на иерархическом методе классификации. При делении на группы могут быть использованы совместно иерархический и фасетный методы.

Выводы

Классификация товаров необходима для автоматизации учета и обработки информации о продукции в различных сферах деятельности, для изучения потребительских свойств и качества товаров, а также при планировании масштабов деятельности и составлении прейскурантов и каталогов.

Рассмотрены фасетная и иерархическая классификации. Фасетный метод более гибок, так как позволяет ограничить число признаков без утраты их достаточности. Приведенные методы классификации широко используются в товароведении при делении множества товаров на системные категории: классы, группы, подгруппы и т.п. Они могут применяться как независимо, так и совместно.

Целью кодирования является систематизация объектов путем их идентификации и ранжирования. Каждому товару присваивается условное обозначение (код), по которому его можно найти и распознать среди множества других. Система штрихового кодирования позволяет совершенствовать учет, транспортировку и хранение всей номенклатуры материалов, устанавливать страну-изготовителя, вид продукции и контролировать возможные злоупотребления. Использование штрихового кодирования облегчает использование автоматизированной системы учета.

Список литературы

* Закон РФ «О защите прав потребителей».
* Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
* Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации».
* Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании».
* Правила продажи отдельных видов товаров. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55.
* ГОСТ Р ИСО 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения».
* Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учеб. для вузов. — М.: Норма, 2007. — С. 448.
* Товароведение. Экспертиза. Стандартизация: учебник для студентов вузов. Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандера. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — С. 239.