

УДК 620.22: 677

**Б. Д. Семак, О. В. Антоник****РОЛЬ ТОВАРОЗНАВСТВА У ФОРМУВАННІ АСОРТИМЕНТУ  
ТА ЯКОСТІ ТОВАРІВ**

*Показана роль сучасного товарознавства у формуванні асортименту та якості товарів, вдосконаленні системи керування їх ринками. Обґрунтована доцільність переорієнтації змісту та спрямованості товарознавчих досліджень товарів в умовах ринкової економіки. Це, у свою чергу, вимагає перебудови теоретичних і спеціальних товарознавчих дисциплін у вищих навчальних закладах.*

*The article contains the information about the role of contemporary trade and commodity research for the development of range and quality of goods and the improvement of system of their markets management. The expediency of reorientation of the content and the goal of commodity researches of goods in conditions of market economy were grounded. This requires the reorganization of theoretical and special trade and commodity research courses in high schools.*

Аналіз стану товарних ринків України, асортименту та якості товарів на них в останні роки дозволяє зробити однозначний висновок про постійне зростання обсягів виробництва товарів нових видів, подальше ускладнення видової та внутрішньовидової структури їх асортименту, постійне підвищення вимог до рівня якості, екологічної безпеки та конкурентоспроможності.

Успішне керування товарними ринками в умовах ринкової економіки вимагає всебічних комплексних маркетингових, товарознавчих і економічних досліджень. У вирішенні широкого спектра завдань, пов'язаних з оптимізацією асортименту та пошуком шляхів підвищення якості товарів, важлива та відповідальна роль відводиться сучасному товарознавству. При цьому мова йде про товарознавство як наукову, так і навчальну дисципліну.

Слід підкреслити, що умови ринкової економіки вимагають суттєвої переорієнтації змісту та спрямованості товарознавчих досліджень виробів, а також корінної перебудови теоретичних і спеціальних курсів товарознавчих дисциплін у комерційних вищих навчальних закладах України. Це обумовлено низкою причин, а саме:

- інтернаціоналізацією та глобалізацією товарних ринків;
- домінуючою часткою на багатьох товарних ринках України товарів зарубіжного виробництва (особливо це стосується товарів легкої промисловості);
- суттєвою різницею сировинного складу, технології виробництва, властивостей, рівня якості та структури асортименту між аналогічними за призначенням товарами вітчизняного й зарубіжного виробництва;
- відсутністю гармонізації між вимогами міжнародних і вітчизняних стандартів, що стосуються методів, методик, критеріїв, апаратури для оцінки окремих властивостей товарів вітчизняного та зарубіжного виробництва, особливостей їх стандартизації та сертифікації;

розбіжністю в змісті товарної інформації, яка міститься в засобах маркування багатьох видів вітчизняних та зарубіжних товарів.

У цій роботі ми обмежимося тільки постановкою та розглядом деяких питань, у розв'язанні яких пріоритетна роль, на нашу думку, належить товарознавчій науці. Зокрема, ролі товарознавства у вдосконаленні системи товарної інформації, пошуку ефективних шляхів оптимізації асортименту в умовах ринкової економіки та поліпшенні методів комплексної оцінки рівня якості вітчизняних товарів відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Для того щоб будь-який спеціаліст товарознавчого профілю володів практичними навичками відбору серед багатьох аналогічних за призначенням вітчизняних та імпортованих товарів найбільш вдалих, досконалих, економічно вигідних і потрібних споживачеві й знав переваги та недоліки кожного імпортованого товару порівняно з вітчизняними, міг кваліфіковано провести товарну експертизу й виявити можливу фальсифікацію, він передусім повинен знати особливості товарної інформації імпортованих товарів, яка міститься на самих товарах, їх первинному пакуванні й тарі у розрізі окремих країн-виробників, транснаціональних компаній і найвідоміших фірм.

Складність вирішення цього завдання полягає в тому, що у різних зарубіжних країнах всупереч вимогам міжнародних стандартів окремі транснаціональні компанії й фірми, що займаються виробництвом і реалізацією товарів, застосовують свої засоби та форми товарної інформації. Більше того, навіть в одній і тій же країні аналогічні за призначенням товари можуть суттєво відрізнятися між собою за змістом і формами товарної інформації, що міститься на товарних ярликах, самих товарах, їх пакуванні, а також в інструкціях за доглядом і умовами експлуатації.

Окрім того, усі види товарної інформації та їх форми суттєво відрізняються між собою щодо кожного конкретного виду чи групи товарів (наприклад, холодильників, пральних машин, телевізорів, одягу, взуття та інших). Неоднозначними будуть і вимоги до достовірності й доступності цієї інформації для споживача. Слід мати на увазі, що товарна інформація на імпортовані товари на відміну від вітчизняних більшою мірою носить рекламний характер, ніж функціональний.

Усі ці питання обов'язково повинні бути враховані при виборі найбільш виправданої методики викладання і вивчення даної теми студентами різних освітньо-кваліфікаційних рівнів, спеціальностей і спеціалізацій. Методика повинна бути перш за все зорієнтована на вибір найбільш важливої для споживача та сфери торгівлі товарної інформації, її товарознавчу інтерпретацію й розкриття специфіки для окремих видів і груп товарів, на логічну ув'язку з іншими розділами теоретичних основ і спеціальних курсів товарознавства й інших профільюючих дисциплін. Особливу увагу слід приділити ознайомленню зі специфікою інформаційних товарних знаків на імпортованих товарах, які також можуть різнитися між собою залежно від країни-виробника та виду самого товару. Йдеться про знаки найменування (місцепоходження) товару, екологічні,

маніпуляційні, попереджувальні, розмірні, експлуатаційні, відповідності та якості, штрихове кодування та інші. Для прикладу розглянемо більш детально зміст і форми інформації в екологічних знаках. Наявність екологічних знаків на товарах свідчить про рівень екологічної безпеки цих товарів у процесі їх експлуатації чи споживання, екологічну безпеку їх сировинного складу, технології виробництва та утилізації. Це своєрідний гарант для здоров'я людини та навколишнього середовища. Слід зауважити, що сьогодні екознаки в основному наносяться на імпортні товари різних видів, оскільки національні екознаки в Україні тільки почали розробляти. Проте деякі українські виробники для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції на вітчизняних і зарубіжних товарних ринках активно використовують при маркуванні загальноприйняті транснаціональні екознаки.

Залежно від змісту та спрямованості інформації екознаки умовно поділяють на три групи. До першої відносять екознаки, що інформують споживача про рівень екологічної безпеки того чи іншого товару для довкілля, включаючи життя, здоров'я та майно людини. Прикладом може служити екознак «Білий лебідь», який використовується в скандинавських країнах. До другої групи належать екознаки, що інформують споживача про екологічно чисті способи виробництва та утилізації товарів («Зелена точка», що використовується в Німеччині). Третю групу складають екознаки, що інформують про можливу небезпеку продукції для навколишнього середовища. До таких екознаків відносять, як правило, деякі попереджувальні символи (наприклад, при перевезенні морським або річковим транспортом токсичних речовин, небезпечних для водної флори та фауни).

Ще важливішу роль в успішному функціонуванні багатьох товарних ринків відіграють штрихкодіві позначки товарів. Вони призначені для автоматизованих ідентифікації та обліку інформації про товар. Наявність штрихового коду для будь-якого вітчизняного товару є обов'язковим при його експорті. Слід зауважити, що штрихкодіві позначка на відміну від інших інформаційних знаків виконує не тільки загальні функції ідентифікаційного характеру, але й дозволяє:

здійснювати автоматизовану ідентифікацію товарів за допомогою спеціальних машинних зчитувальних пристроїв;

проводити автоматизований облік і контроль товарних запасів на торговельних і промислових підприємствах у будь-який час;

ефективно керувати процесами товаропросування (своєчасним відвантаженням, транспортуванням, складуванням та обробкою товарних потоків);

широко використовувати сучасні комп'ютерні технології при керуванні товарними ринками.

Як свідчить аналіз літературних джерел, система штрихового кодування товарів у світі постійно розвивається та вдосконалюється. Ці зміни стосуються як технології, так і техніки штрихового кодування. Розглянемо найбільш суттєві зміни в технології штрихового кодування товарів. Так, наприклад, у системі EAN UCC в останні роки з'явилися нові штрихкодіві символи системи RSS та

композитна символіка. Ці системи розроблені для товарів, розміри яких є замалими для нанесення звичайної штрихкової позначки, і коли потреби штрихового кодування не можуть бути задоволені традиційними засобами.

Композитні символіки EAN UCC – це принципово новий клас символік. Відрізняються тим, що разом із штриховим кодом звичайної символіки містять двомірний символ (2Д), який друкується над штрихами основної штрихкової позначки. При цьому основний штриховий код, як правило, передає інформацію про ідентифікаційний номер товару, а двомірний символ – додаткову інформацію. Деякі типи композитних символік дозволяють закодувати більш ніж 200 знаків. Серед нових розробок системи EAN UCC найбільший інтерес серед споживачів викликає радіочастотна ідентифікація (RFID). Вона базується на безконтактному методі ідентифікації і здійснюється за допомогою радіохвиль. Для радіочастотної ідентифікації товар маркується радіочастотною міткою – мікроелектронним пристроєм, який здатний «відгукуватись» на електромагнітне поле певної частоти, створене зчитувальним пристроєм. Мітки, що потрапили в зону дії зчитувача, відповідають власним сигналом, котрий містить закодовану інформацію.

Оцінюючи в цілому роль товарної інформації в керуванні товарними ринками, слід підкреслити, що на сучасному етапі розвитку економіки товарну інформацію можна вважати своєрідним специфічним продуктом (товаром, послугою). Тому її, як і інший товар чи послугу, можна групувати за різними ознаками, оцінювати її оригінальність, оптимальність, повноту, достовірність, функціональність, економічність та якість в цілому. Безперечно, для цього повинні використовуватись стандартизовані критерії, методи та методики.

Однак варто зауважити, що вітчизняні засоби товарної інформації, як правило, для товарів багатьох груп (особливо товарів легкої промисловості) ще суттєво відстають від зарубіжних. Для усунення цих недоліків, на нашу думку, потрібна міжгалузева державна програма розвитку та вдосконалення товарної інформації в Україні з широким залученням спеціалістів різних профілів (технологів, матеріалознавців, економістів, дизайнерів, товарознавців, маркетологів, екологів, стандартизаторів та ін.). Успішному вирішенню цієї проблеми повинно сприяти проведення фундаментальних міжгалузевих досліджень її різних аспектів. Безперечно, питання ролі товарної інформації в керуванні товарними ринками повинні повніше й глибше висвітлюватись у сучасних підручниках і посібниках з теоретичних та спеціальних курсів товарознавства.

Не менш актуальною є проблема оптимізації групового, видового й внутрішньовидового асортименту різних груп непродовольчих товарів та харчових продуктів на сучасних товарних ринках. Насичення їх в останні роки багатьма імпортними товарами і, відповідно, скорочення частки товарів вітчизняного виробництва призвело до ускладнення ситуації й розвитку на них небажаних тенденцій. Особливу тривогу в спеціалістів торгівлі викликає незадовільний стан виробництва багатьох груп вітчизняних непродовольчих товарів. Це в першу чергу стосується товарів легкої промисловості, оскільки

основні підприємства зазначеної галузі через фінансові проблеми змушені поки що працювати за замовленнями іноземних фірм і поставляти свою продукцію в основному на зарубіжні ринки. У результаті склалася ситуація, коли вітчизняний споживач на товарних ринках України, як правило, віддає перевагу більш конкурентоспроможним (хоча не завжди високоякісним) товарам зарубіжного виробництва, а аналогічні вітчизняні товари з давальницької сировини задовольняють потреби транснаціональних компаній і фірм. На наш погляд, для ліквідації такого ненормального становища потрібно на державному рівні вжити ряд невідкладних заходів, які б при обмеженому імпорті деяких видів зарубіжної продукції гарантували вітчизняним виробникам випуск високоякісних вітчизняних виробів, що не тільки задовольняли б потреби вітчизняних товарних ринків, але й були конкурентоспроможними на зарубіжних.

У зв'язку з тим сучасного науково-методичного обґрунтування та трактування вимагають питання, пов'язані з викладанням і вивченням видового асортименту товарів (включаючи й асортимент книги) в умовах ринкової економіки. Як з великої кількості однотипних за призначенням вітчизняних і зарубіжних товарів вибрати на ринку найвдаліші та найперспективніші, як навчити цьому студента ще упродовж навчального процесу, враховуючи його освітньо-кваліфікаційний рівень, спеціальність і спеціалізацію – на всі ці питання повинні дати відповідь сучасні науково-методичні розробки з основних теоретичних і спеціальних курсів товарознавства.

Зважаючи на актуальність названих питань, методику викладання та вивчення асортименту основних груп непродовольчих і продовольчих товарів вітчизняного, й особливо зарубіжного, виробництва з широким використанням сучасних комп'ютерних технологій доцільно було б узагальнити (на прикладі роботи провідних товарознавчих кафедр ВНЗ) і видати у вигляді фундаментального підручника чи посібника. Потреба у виданні такої роботи давно назріла. Вона потрібна не тільки студентам, але й аспірантам і молодим викладачам усіх комерційних кафедр.

Щодо вивчення специфіки структури видового і внутрішньовидового асортименту товарів імпортного виробництва, то тут науково-методична функція сучасного товарознавства повинна охоплювати ті блоки питань, які не завжди самостійно може вирішити працівник торгівлі чи студент. Уся трудність полягає в тому, що наявна в проспектах зарубіжних фірм інформація про асортимент і властивості продукції носить здебільшого рекламний характер, а що стосується даних про сировину, технологію виробництва й недоліки того чи іншого товару, то вони, як правило, носять конфіденційний характер (ці дані недоступні і для споживача на ринку). Отож, особливу увагу слід приділити вибору та обґрунтуванню джерел інформації про асортимент і властивості видового асортименту основних груп товарів зарубіжного виробництва, аналіз і систематизацію цієї інформації, її доступність і достовірність. На нашу думку, заслуговують на увагу такі джерела інформації:

матеріали міжнародних конференцій з товарознавства, матеріалознавства, технології виробництва товарів, стандартизації та сертифікації товарів, що містять інформацію про асортимент і властивості імпортованих товарів;

підручники, навчальні посібники, практикуми та інші види навчально-методичної літератури, які використовуються у вищих навчальних закладах окремих зарубіжних країн, включаючи країни СНД;

міжнародні та міждержавні стандарти, інші міжнародні нормативні документи, що включають інформацію про асортимент і властивості окремих груп і видів товарів зарубіжного виробництва;

періодичні видання окремих зарубіжних країн, що містять інформацію про асортимент і властивості товарів;

каталоги та рекламні проспекти провідних виробничих і посередницьких транснаціональних компаній і фірм про асортимент, властивості, рівень якості, особливості товарної інформації окремих груп і видів імпортованих товарів;

узагальнена інформація Інтернету про стан розвитку міжнародних і регіональних товарних ринків окремих груп товарів, їх асортимент, властивості та рівень якості, перспективи розвитку;

матеріали міжнародних виставок і виставок-ярмарок окремих груп товарів зарубіжного виробництва.

Основну увагу серед названих джерел інформації слід приділити каталогам та рекламним проспектам виробничих і посередницьких компаній. Зіставлення повноти і широти товарознавчої інформації в них про видовий асортимент окремих груп імпортованих товарів підтверджує необхідність систематичного та всебічного вивчення й узагальнення саме цієї інформації. Такі каталоги та проспекти періодично видаються не тільки окремими виробничими і посередницькими фірмами, але й їх представництвами в Україні, Росії й інших країнах. Асортимент товарів тут, як правило, групується за традиційними для торгівлі товарними групами (радіоелектронна побутова техніка, електропобутові машини, фототовари, господарські товари, посуд, меблі, одяг, взуття, тканини, галантерея, косметика та парфюмерія і т.д.) або рідше лише за товарними комплексами (все для дітей, все для дому, товари для спорту та відпочинку тощо). У рамках названих груп в окремих каталогах може наводитись і більш вузький асортимент товарів того чи іншого призначення.

Прикладом спеціалізованого каталога імпортованих меблів, який сформований за споживчими комплексами (все для гостей, все для дітей, все для відпочинку, меблі для кухні і т.д.), може служити щомісячний журнал «Салон», що видається в Києві. У ньому, окрім відповідних наборів меблів різного цільового призначення, описані й елементи інтер'єру, аудіо-, відео- і побутова техніка, даються перелік зарубіжних виробників і постачальників продукції та характеристика їх видового і внутрішньовидового асортименту.

При вивченні асортименту та властивостей імпортованих радіоелектронних товарів (телевізорів, радіоприймачів, магнітофонів, побутової техніки та ін.) передусім слід скористатися каталогами та рекламними проспектами таких

загальновідомих компаній, як «Hitachi», «Philips», «Samsung», «Sony», «Tefal», «Toshiba». У цих виданнях описано новинки технології виробництва основних видів радіоелектронної і побутової техніки, сучасний асортимент товарів у розрізі окремих компаній і груп товарів, даються рекомендації щодо користування технікою, особливості її маркування та пакування.

За подібним принципом зроблено каталог популярної німецької фірми «Quelle». У ньому представлено широкий видовий і внутрішньовидовий асортимент костюмно-пальтових і платтяно-блузкових швейних і трикотажних виробів, взуття для різних статево-вікових груп населення.

І ще один блок питань вимагає сучасного товарознавчого трактування формування та оцінки якості товарів. Йдеться не стільки про потребу суттєвого підвищення вимог до якості вітчизняних товарів і забезпечення її рівня відповідно до вимог діючих міжнародних і міждержавних стандартів, скільки про оптимізацію їх якості згідно із сучасними вимогами ринку з обов'язковим урахуванням реальних сировинних, технологічних, асортиментних, фінансових і кадрових можливостей тих галузей промисловості, які займаються виробництвом товарів широкого вжитку. Торкнемося тільки деяких аспектів цієї багатопланової проблеми. Для прикладу розглянемо спочатку питання стосовно вимог до якості товарів у вітчизняних і міжнародних стандартах. Тут у системі вітчизняної стандартизації якості товарів товарознавці, з одного боку, повинні відстоювати завойовані десятиріччями позиції, а з другого, категорично відмовлятися від існуючої тенденції спрощення та полегшення цих вимог начебто під впливом необхідності гармонізації вітчизняних стандартів з міжнародними. Що стосується змісту багатьох вітчизняних стандартів, в яких регламентовано вимоги до якості товарів і методів її оцінювання, то при їх перевиданні чи розробленні нових вартувало б з них вилучити багато застарілої, а деколи її непотрібної інформації. Разом з тим, необхідно обов'язково включити нові положення, пов'язані з підвищенням вимог до екологічної безпеки товару, його надійності в експлуатації, рівня естетичного оформлення окремих груп товарів і їх гігієнічності. І всі вони повинні бути гармонізовані з вимогами діючих міжнародних або міждержавних стандартів на відповідні групи товарів. На наш погляд, при розробленні національних стандартів, що регламентують вимоги до рівня якості товарів і методів їх оцінки, було б доцільно окремими пунктами внести вимоги відповідних міжнародних стандартів. Це дозволило б суттєво спростити процедуру користування міжнародними стандартами й забезпечити гармонізацію вітчизняних і міжнародних стандартів.

Фрагментарний розгляд піднятих питань переконливо свідчить про необхідність подальшого поглиблення фундаментальних теоретичних товарознавчих досліджень і максимального зближення їх з потребами сучасних товарних ринків. Не менш важливим є і те, щоб досягнення товарознавчої науки систематично впроваджувались не тільки в навчальний процес ВНЗ, але й у сферу торгівлі. Тільки такий комплексний підхід дозволить повною мірою розкрити роль товарознавства у формуванні асортименту та якості товарів, а також відповідних товарних ринків.

1. Галик І.С., Семак Б.Д. Особливості маркування, складання та пакування текстильних, швейних і трикотажних товарів вітчизняного та зарубіжного виробництва. Львів, 2002. 2. Галик І.С., Семак Б.Д. Сучасні підходи до кодування текстильних матеріалів і виробів вітчизняного та зарубіжного виробництва. Львів, 2002. 3. Галик І.С., Семак Б.Д. Шляхи поліпшення підготовки товарознавців в Україні // Вісн. Львівської комерційної академії. Серія товарознавча. Вип. 6. Львів, 2004. 4. Семак Б.Б., Галик І.С., Семак Б.Д., Концевич О.Б. Товарознавство у формуванні та оцінці екологічної безпеки непродовольчих товарів // Вісн. Львівської комерційної академії. Серія товарознавча. Вип. 6. Львів, 2004. 5. Семак Б.Д. Проблеми формування асортименту, якості та ринку текстильних матеріалів // Вісн. Львівської комерційної академії. Серія товарознавча. Вип. 4. Львів, 2001. 6. Шумський О.В., Беднарчук М.С., Полікарпов І.С. Товарознавство непродовольчих товарів: товарна інформація, біржові товари. Львів, 2003.

УДК 686.12:655.3.022.51

*С. Ф. Гавенко*

## **ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ КЕРУВАННЯ ЯКІСТЮ КНИЖКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

*Розглядаються новітні підходи до оцінювання якості книжкових видань, в основу яких покладено принципи квалілогії. На підставі системно-технічного аналізу розроблена класифікація кваліметричних показників книги. Визначено чинники, які забезпечують взаємозв'язок між такими поняттями, як якість, корисність і ціна книжкових видань, що обумовлюють сучасні товарознавчі аспекти керування якістю продукції.*

*Considered newest approaches to the evolution of quality of book, in the basis of which the fixed principles of qualiloqy. On the basis of system-technical analysis the classification of qualimetrical indexes of book is developed. Factors, which provide correlation between such notions as quality and cost of book editions which stipulate the modern commodity expert aspects of quality management of production, are certain.*

Сучасне книговидання характеризується рядом новітніх нетрадиційних підходів до якості книги, які поглиблюють її сприйняття, сприяють ширшому розповсюдженню в умовах швидкого розвитку ринкових відносин. Така тенденція зумовлена корінними змінами вимог до технологічних, соціально-економічних і естетичних показників якості книжкових видань, до створення та реалізації в книжковій індустрії систем якості. Слід зауважити, що на всіх етапах функціонування систем виникали протиріччя між вимогами до якості продукції й можливостями її забезпечення. Розв'язання їх привело до диференціації функцій забезпечення якості, інтегрування їх у цілісну систему контролінгу на державних і приватних підприємствах, у компаніях, які тією чи іншою мірою враховують системний характер проблеми якості.

Тому основні принципи і напрямки удосконалення систем якості можна сформулювати наступним чином.