

## **РЕФЕРАТ**

Тема: «Экспертиза количества и качества товаров»

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ.....	4
2. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ. СРЕДСТВА И МЕТОДЫ ДЛЯ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.....	10
3. О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ.....	14
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	16
ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ.....	17

## ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях, когда рынок насыщен товарами, успешно функционируют лишь те коммерческие структуры, где товароведы умеют вовремя улавливать тенденции в изменении спроса, определять причины их возникновения и оперативно принимать меры по совершенствованию структуры ассортимента и конъюнктуры отдельных его позиций на потребительском рынке.

В настоящее время качество является основным фактором эффективной работы предприятия, поэтому понятия цены и качества всегда остаются актуальными и взаимосвязанными, особенно рассматривая их с точки зрения новой экономической реальности.

Деятельность всех коммерческой организации ориентирована на удовлетворение запросов потребителей при помощи обеспечения их высококачественными товарами. Обеспечение сохранения качества товаров происходит за счет соблюдения установленных мер. К подобным мерам непосредственно относятся правильное производство и хранение товаров, а также условия транспортировки. На сегодняшний день проблема эффективного производства продукции с сохранением ее качества представляет особое значение, в связи, с чем актуальность темы работы очевидна.

## 1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ

Товароведческая экспертиза (экспертиза непродовольственных товаров) — это проведение независимого экспертного исследования качества товара, его состава, безопасности, происхождения, подлинности, проверка на соответствие установленным нормам и стандартам.

Объектами товароведческой экспертизы могут быть потребительские и промышленные товары или их части, упаковка, а также документы, содержащие сведения о состоянии объектов и осуществляемых операциях, дающие дополнительную информацию о товаре в исследуемый период времени.

Товароведческая экспертиза нужна при возникновении спора между покупателем и производителем либо продавцом относительно качества товара. Экспертиза поможет:

- подтвердить дефект при его наличии, определить его причины;
- определить, соответствует ли качество товара действующим нормам и стандартам;
- оценить качество товара с дефектами внешнего вида;
- определить процент потери качества товара из-за наличия дефектов;
- определить процент уценки товара;
- установить рыночную стоимость товара и пр.

Как правило товароведческие экспертизы проводятся в связи с рассмотрением гражданских исков по разделу имущества, возмещению ущерба при повреждении или порче имущества, реализации некачественных изделий. В уголовных делах экспертиза товаров обычно проводится с целью определения их рыночной стоимости (например, при хищениях и кражах).

Результат экспертизы — это официальный документ доказательного значения, который может быть использован в суде [1].

Экспертиза рассматривается как исследование специалистом-экспертом любого вопроса, решение которого требует соответствующих знаний в области науки, техники, экономики и др. В зависимости от сферы профессиональной деятельности субъекта различают судебную, товарную, экономическую, техническую, юридическую, экологическую, медицинскую и иную экспертизу.

Субъектами товароведческой экспертизы являются физические и юридические лица (торгово-промышленная палата, негосударственные экспертные организации и др.), объектами - продукция (продовольственные и непродовольственные товары, сырье, оборудование, строительные механизмы и др.), услуги и процессы.

Целью экспертизы товаров является проведение оценки основных характеристик товаров, а также процессов, влияющих на них, но, как правило, не поддающихся прямой оценке и которые основываются на мнениях экспертов.

Экспертом является квалифицированный специалист в определенной области, привлекаемый для исследования, консультирования, выработки суждений, заключений, предложений, проведения экспертизы. [2]

Современный экономический словарь раскрывает термин «товар» как «...объект купли-продажи и рыночных отношений между продавцами и покупателями», а также как «...любой продукт производственно-экономической деятельности в материально-вещественной форме». [2]

При проведении товароведческой экспертизы необходимо решение следующих задач:

- правильно выбрать свойства, показатели ассортимента и качества продукции с учетом специфики проведения экспертизы;
- установление в тестовом продукте наличия/отсутствия признаков, сходных с данными оригинального продукта и имеющих сходство с брендом компании - владельцем товарного знака;

- поиск необходимой информации, ее обработка и применение для ознакомительных целей;
- выявление соответствия фактических значений показателей установленным требованиям;
- определение оценочных значений качественных показателей;
- анализ и оценка полученных данных для формулирования выводов или рекомендаций. [3]

Организация товарной экспертизы базируется на следующих принципах:

- независимость экспертов от любой заинтересованной стороны в результатах экспертизы;
- объективность, т.е. предупреждение и устранение субъективности при проведении экспертных оценок;
- компетентность и специализация экспертов в данной области;
- системный подход, т.е. обобщение, группировка данных и подведение итогов;
- эффективность, т.е. использование конечных результатов экспертизы для организации оптимального распределения товаров и снижения материальных затрат;
- безопасность - изучение предполагаемой степени вреда будущего продукта жизни здоровью потребителей и окружающей среде. [4]

Можно выделить следующие основные характеристики экспертиз, в том числе товароведных:

- сущность – научно практическое познание (исследование) предмета экспертизы;
- ситуация – неопределенность (противоречие), риск или конфликт по объекту экспертизы;
- субъект – независимый высококвалифицированный специалист эксперт (группа экспертов);

- основание для проведения – назначение должностным лицом или заказ заинтересованных сторон;
- документальное оформление результата – экспертное заключение.

На рисунке 1 представим структуру товароведческой экспертизы.

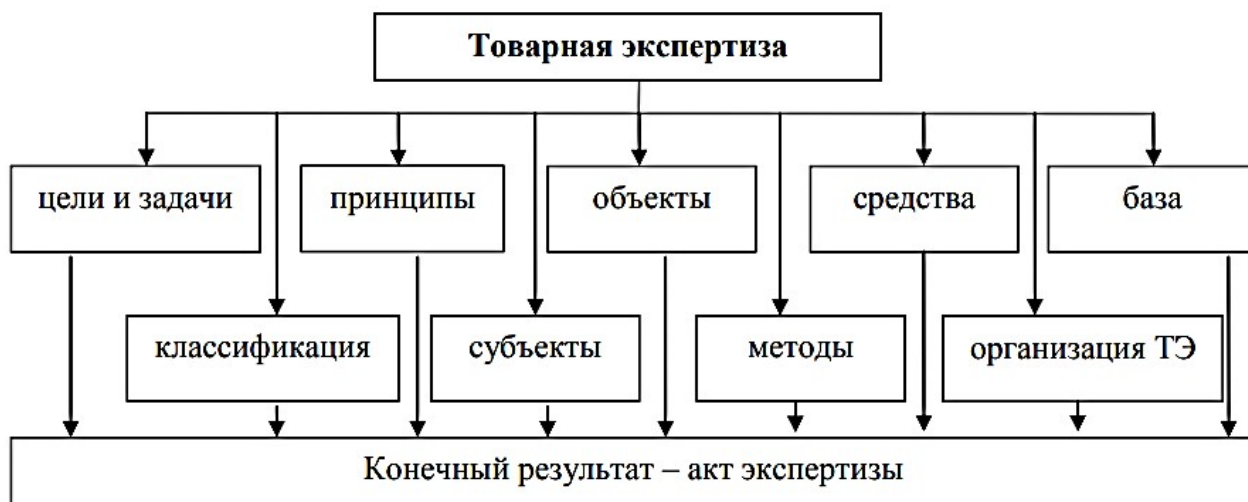


Рисунок 1 – Структура товарной экспертизы

Количественная экспертиза — оценка количественных характеристик товара экспертами при невозможности применения измерительных методов и/или необходимости подтверждения достоверности результатов измерений независимой стороной.

Назначением количественной товароведной экспертизы является определение количества товара в товарной партии и/или количественных характеристик их единичных экземпляров или комплексных упаковочных единиц. Наиболее распространенная сфера применения количественной экспертизы — приемка товаров по количеству в случаях возникновения разногласий между поставщиком и получателем, при значительных расхождениях между количеством, указанным в ТСД, и количеством, установленным при измерении у получателя. Результаты количественной экспертизы могут быть обжалованы одной из заинтересованных сторон. В этом случае назначается повторная или контрольная экспертиза, которая может либо подтвердить результаты первичной экспертизы, либо их

опровергнуть. В последнем случае новые результаты экспертизы должны быть аргументированы.

Качественная экспертиза - оценка качественных характеристик товара экспертами для установления соответствия требованиям нормативных документов.

Назначением этой экспертизы является определение качества товаров в товарной партии при сдаче-приемке или после длительного хранения или обнаружении скрытых технологических дефектов в процессе хранения, когда обычные сроки предъявления претензий поставщику истекли. Кроме того, экспертиза по качеству применяется при оценке качества образцов новых товаров перед постановкой их на серийное производство. Для пищевых продуктов или кулинарных изделий этот вид качественной экспертизы только по органолептическим показателям качества называется дегустацией.

В зависимости от назначения качественная экспертиза подразделяется на пять разновидностей: приемочная экспертиза по качеству, экспертиза по комплектности, экспертиза новых товаров, дегустация пищевых продуктов и экспертиза по договорам.

Приемочная экспертиза по качеству - оценка качества товаров экспертами для подтверждения достоверности результатов при приемке.

Основанием для проведения приемочной экспертизы по качеству служат:

- разногласия между поставщиком и получателем по результатам приемочного контроля, проведенного получателем в отсутствие поставщика и невозможности его явки на повторную приемку;
- заранее предполагаемое или обнаруженное при поступлении несоответствие фактического качества товара документально указанным;
- при обнаружении нарушенной упаковки (поломка, деформация, раздавливание, бой);
- при наличии значительных качественных потерь в процессе транспортирования или хранения [5].



Экспертиза качества продукции получила широкое применение в сфере торговли. Охватывает «жизненный цикл» продукции, начиная с этапа составления технического плана до этапа ее потребления. Результаты экспертизы товаров используются дизайнерами и строителями в процессе создания новых видов продукции. При выявлении несоответствий качественных характеристик товара установленным требованиям производится их корректировка. Кроме результатов экспертной оценки товаров необходимы при формировании потребительских свойств ожидаемых к выпуску в будущем иных товаров.

## **2. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ. СРЕДСТВА И МЕТОДЫ ДЛЯ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ**

Независимо от типа исследуемого товара эксперт должен руководствоваться основными правилами и положениями проведения оценочных мероприятий. Товароведная экспертиза включает в себя ряд обязательных этапов:

1. определение стандартных показателей и эталонных характеристик исследуемого объекта, а также изучение нормативной документации;
2. определение метода исследования и основных показателей;
3. отбор проб или контрольной партии в соответствии с установленными нормами;
4. при неоднородности партии специалист должен определить процентное соотношение дефектного товара;
5. оценка состояния тары или упаковки;
6. определение соответствия с эталонными образцами или сравнение показателей товара;
7. составление акта установленного образца с развернутым заключением и надлежащим оформлением согласно законодательным нормам.

Для проведения экспертизы товаров разного рода и типа применяется различный набор исследований и методологий, что определено свойствами и показателями объектов оценки. Но специалист должен соблюдать основные правила и этапы оценки в соответствии принятыми нормами и законодательством. [6]

Все средства, применяемые экспертами при проведении экспертизы, в зависимости от назначения делятся на две группы: средства информации о товарах и материально-технические средства (рисунок 2).

Выбор средств товарной информации определяется целью экспертизы, особенностями товаров, а также базовыми знаниями эксперта.

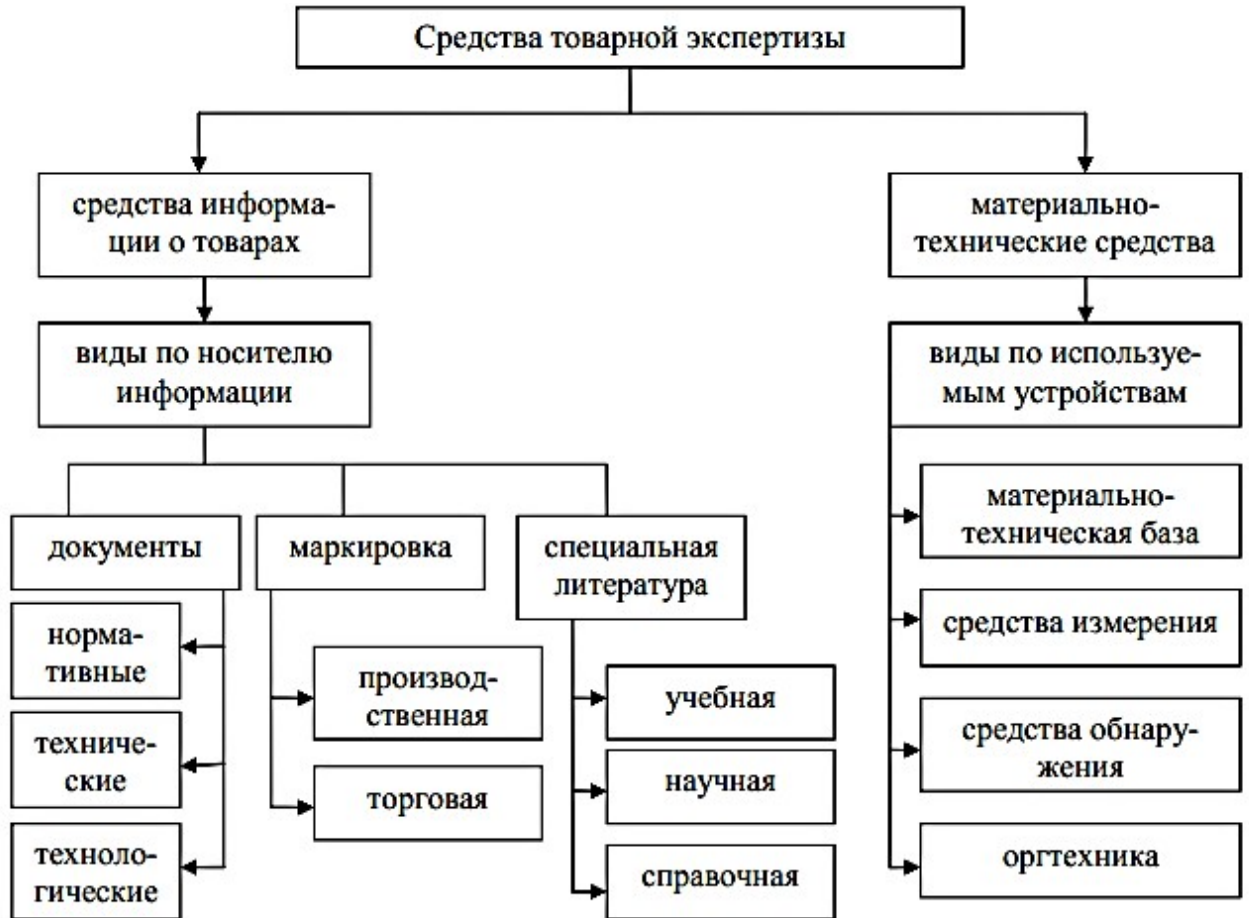


Рисунок 2 – Классификация средств товарной экспертизы

Особенность информации о товаре, которой обладает эксперт, заключается в том, что некоторая часть информации, необходимой для заключения эксперта, отсутствует или не может быть формализована. Эта недостаточность информации обусловлена и спецификой объекта экспертизы, который исследуется в условиях неопределенности или риска.

В зависимости от носителя средства информации подразделяются на следующие виды: документы, маркировки, литература.

Любая товарная экспертиза начинается с изучения и анализа документов, содержащих общую и конкретную информацию о товарах. При документальной экспертизе этот вид средств информации одновременно выступает и в качестве объекта.

Материально-технические средства предназначены для создания условий наиболее эффективной организации труда эксперта и подразделяются на материально-техническую базу, средства измерений и обнаружения, оргтехнику. Из них непосредственное влияние на конечные результаты экспертизы оказывают лишь средства измерений, которые должны использоваться в соответствии с установленными нормами и правилами. Эти нормы зачастую определяют выбор необходимых средств измерений.

Материально-техническая база: помещения, оборудование, погрузоразгрузочные средства, упаковка и т. п., а также оргтехника - счетно-вычислительная техника, канцелярские принадлежности, средства связи и т. п. - играют второстепенную роль, хотя чаще всего эксперт при проведении экспертизы не может без них обойтись [5].

Метод товарной экспертизы - способ достижения конечных результатов экспертной оценки товаров.

В зависимости от применяемых средств измерения все методы делятся на группы, подгруппы и виды. На рисунке 3 представлена классификация методов товарной экспертизы.

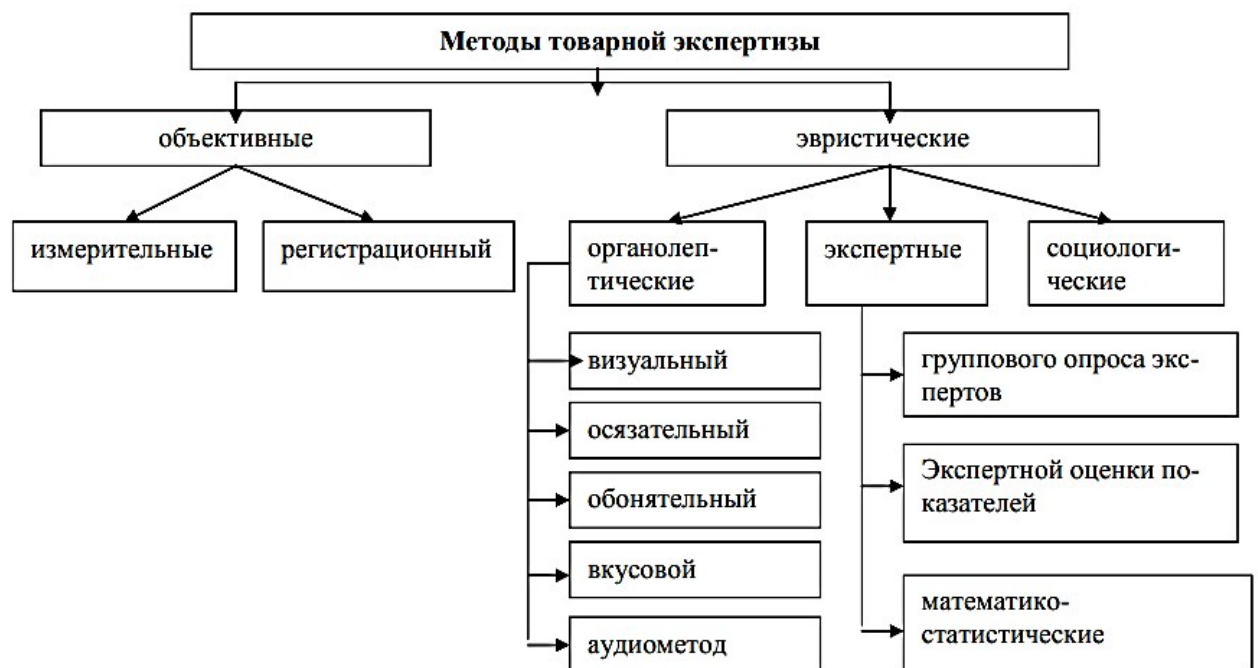


Рисунок 3 – Классификация методов товарной экспертизы

Методы товарной экспертизы подразделяются на две группы: объективные и эвристические.

Объективные методы - методы, основанные на определении характеристик товаров путем измерений (измерительные методы) или регистрации каких-либо несоответствий, отказов, отклонений от установленных требований (регистрационный метод). Общим для объективных методов является выражение результатов измерений или подсчетов в принятых единицах измерения или в процентах, причем эти результаты сопоставимы, воспроизводимы и проверяемы. Различия между ними заключаются в том, что при измерительных методах используются технические устройства (простейшие приспособления и сложные измерительные приборы, системы, преобразователи), а при регистрационных — визуальный подсчет.

Эвристические методы - методы, основанные на совокупности логических приемов и методических правил теоретических исследований для достижения (нахождения) конечных результатов. Общим для всех эвристических методов является субъективный подход к оценкам, построение гипотез, догадок, основанных на предположениях отдельных лиц. Методы каждой подгруппы не заменяют, а дополняют друг друга или имеют самостоятельные сферы применения.

Различия между подгруппами эвристических методов заключаются в их назначении и используемых средствах или приемах. Органолептические методы предназначены для определения значений органолептических показателей товаров, экспертные - для оценки свойств и показателей товаров в условиях неопределенности и риска, социологические - для установления потребительской оценки товаров путем опросов покупателей.

Основными средствами органолептических методов служат органы чувств оценщика. При социологических методах могут использоваться любые средства, в том числе и характерные для других подгрупп

объективных и эвристических методов. Важнейшими средствами социологических методов являются анкеты [5].

### **3. О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ**

В существующих условиях развития предприятий большое внимание оказывается обеспечению высокого качества производимых товаров. При этом для оценки качества могут быть использованы разные подходы, в том числе и на основе мнения клиентов [7; 8].

Вследствие того, что потребители будут привлекаться к оценкам качественных свойств товаров можно достичь:

- с точки зрения клиентов – определение достоинств и недостатков предлагаемой продукции [9];
- демонстрации разницы в восприятии свойств рассматриваемой продукции с точки зрения организации-производителя и клиентов [10];
- изменения в восприятии товарных свойств. Тогда могут быть освоены новые сферы рынка или появиться новые покупатели [11].

Потребительская оценка не всегда может играть большую роль. Это обусловлено особенностями органов чувств клиентов. Покупатели не во всех случаях владеют данными о том, какие качественные показатели, полученные на базе измерительных подходов [12].

Но, не следует забывать, что организации-производители не всегда не принимают в расчет потребительские оценки в силу внутренних причин.

Они думают не только о соответствующем качестве своей продукции. Они стремятся обеспечивать высокий уровень удовлетворенности среди клиентов. Исходя из этого необходимо учитывать качество модели профилей качества по теории японского ученого Н. Кано.

Согласно его теории, следует анализировать три профиля, относящихся к качеству: базовый, требуемый, желаемый.

В первом уровне рассматриваются качественные или количественные характеристики, которые будут обязательными для клиентов и клиентами не будут озвучиваться.

Соответствие стандартным требованиям является очевидным фактом, в этой связи клиенты не считают необходимым доносить об этом информацию к тем, кто создает товары.

В связи с указанными причинами базовые показатели характеризуются низким значением коэффициента весомости. Хотя базовые показатели не определяют ценности товаров в глазах клиентов, их игнорирование может привести к негативной реакции потребителей и ухудшить репутацию производителей.

Во втором уровне рассматриваются количественные характеристики, за совершенствованием которых потребители следят постоянным образом.

Идет прямая их оценка со стороны потребителей и в первую очередь есть влияние на ценность товаров.

В третьем уровне анализируются качественные или количественные характеристики, которые будут определять неожиданные ценности, о которых потребители не могли и мечтать.

Подобные характеристики определяют очень заметную положительную реакцию удовлетворения и соответственно характеризуются высоким уровнем весомости.

Учет этого профиля качества в создаваемом товаре будет хорошим индикатором потенциальной способности изготовителей к инновациям и создает благоприятные условия для прорыва на рынки и опережения возможных конкурентов.

Важным с точки зрения потребления является показатель безопасности производимых товаров [13; 14]. При этом следует иметь в виду, что можно не рассматривать товар как опасный, но произвести его уценку. Иногда товары нет возможности использовать с точки зрения их прямого назначения [15].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, экспертиза как исследовательская деятельность осуществляется компетентным лицом (или группой лиц) для ответа на поставленные другим лицом (например, покупателем) вопросы с подготовкой письменного документа в установленной форме (например, заключения).

Обычно товароведную экспертизу проводят в конфликтных ситуациях, например, при установлении причин возникновения товарных потерь (брака); снижения сортности товаров в процессе транспортировки (хранения, реализации); правильности уценки товаров; соответствия качества товара договорной цене; обоснованности списания товарных потерь у материально-ответственного лица и т. д.

Особенностью проведения экспертизы является то, что необходимо весоное основание для ее проведения. Так, например, данная процедура проводится только при условии поступления соответствующей заявки от директора предприятия, в которой указываются реквизиты непосредственного заказчика экспертизы, а также четко прописываются цели проведения работ.



## ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Экспертиза. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rea.ru/ru/org/cathedries/Expertiza/Pages/commodity.aspx>
2. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 512 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). — URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1003268>.
3. Кузнецова, Н.Н. «Роль товарной экспертизы в логистическом сопровождении товарных потоков» - 6 с. – 2017г./ <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tovarnoy-ekspertizy-v-logisticheskomsoprovozhdenii-tovarnyh-potokov/viewer>.
4. Замедлина, Е. А. Товароведение и экспертиза товаров: Учебное пособие / Замедлина Е.А. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 156 с.: - (СПО). – URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1021058>.
5. Товарная экспертиза: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.07 Товароведение / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2017. – 78 с.
6. Экспертиза товаров. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://fguzsamo.ru/Ekspertiza\\_tovarov/](https://fguzsamo.ru/Ekspertiza_tovarov/)
7. Исакова М.В., Горбенко О.Н. Об особенностях систем управления персоналом // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2014. № 12. С. 168-171.
8. Корольков Р.В. Об управлении финансами в организации // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 11. С. 144-147.
9. Петрашук Г.И. Маркетинг в прикладном менеджменте // В мире научных открытий. 2010. № 4-7 (10). С. 35-36.

10. Зазулин А.В., Преображенский Ю.П. Особенности построения семантических моделей предметной области // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 026-028.

11. Ермолова В.В., Преображенский Ю.П. Методика построения семантической объектной модели // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2012. № 9. С. 87-90.

12. Макрецова А.М. Основные методы оценки конкурентоспособности компании // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 105-108.

13. Воронин В.В., Шаповалов А.В., Пожидаев А.С. Проблемы управления проектами в организациях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 96-98.

14. Львович И.Я., Преображенский А.П., Чопоров О.Н. Проблемы эффективного управления персоналом в организации // В книге: Инновационная наука, образование, производство и транспорт: экономика, менеджмент, география и геология, сельское хозяйство, архитектура и строительство, медицина и фармацевтика Сер. "Инновационная наука, образование, производство и транспорт" Институт морехозяйства и предпринимательства. Одесса, 2018. С. 55-66.

15. Кострова, В. Н. О потребительской оценке качества товаров / В. Н. Кострова // Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания : сборник научных статей материалы Международной научно-практической конференции, Курск, 12 апреля 2019 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 175-177.