

УДК 346.544.6(075.8)

ББК 30.609я73

Е70

**Автор:**

*Н. В. Еремеева* – кандидат технических наук, доцент кафедры «Торговое дело и торговое регулирование» МГИМО МИД России.

**Рецензенты:**

*И. З. Аронов* – доктор технических наук, профессор кафедры «Торговое дело и торговое регулирование» МГИМО МИД России;

*С. Л. Калачев* – кандидат технических наук, доцент кафедры товароведения и товарной экспертизы РЭУ им. Г. В. Плеханова.

**Еремеева, Наталия Валерьевна.**

**Е70** Теоретические основы товароведения : учебное пособие / Н. В. Еремеева ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации. – 3-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 252 с. : ил.

ISBN 978-5-394-04951-4.

В учебном пособии раскрываются основные теоретические аспекты товароведения в области внутренней и внешней торговли. Изучаются основные понятия, принципы, объекты и методы современного товароведения, учтены проблемы выработки единой терминологии в международной торговле после присоединения России к ВТО; вопросы классификации и проблем кодирования в условиях международной торговли; основы формирования и управления ассортиментом товаров с использованием как классических инструментов, так и принципов категорийного менеджмента; особенности потребительских свойств товаров; факторы формирования качества на этапах жизненного цикла продукции, в том числе требования к продукции, как источники технических барьеров; факторы, сохраняющие качество, в том числе вопросы маркирования продукции и упаковки, проблемы формирования экосознания потребителей при утилизации товаров и упаковки; вопросы идентификации товаров с использованием цифровых инструментов в целях прослеживаемости на стадиях жизненного цикла.

Для студентов бакалавриата направлений «Торговое дело», «Товароведение» в области специализации международной торговли. Может быть рекомендовано для студентов специальности «Таможенное дело».

Учебное пособие может быть полезным для практических работников в области торгового дела во внутренней и внешней торговле.

© Еремеева Н. В., 2020

© МГИМО МИД России, 2020

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2020

ISBN 978-5-394-04951-4

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Предмет, цели и основные категории товароведения .....</b>	<b>10</b>
1.1 Товароведение, как наука о потребительной стоимости .....	10
1.2 Показатели качества товаров и методы их определения .....	21
<b>Глава 2. Классификация и кодирование товаров .....</b>	<b>30</b>
2.1 Классификация товаров: понятие, признаки, значение, правила.....	30
2.2 Классификация товаров во внутренней торговле.....	39
2.3 Классификация товаров во внешней торговле.....	47
<b>Глава 3. Потребительские свойства товаров .....</b>	<b>70</b>
3.1 Особенности потребительских свойств непродовольственных товаров.....	74
3.2 Химический состав и свойства продовольственных товаров.....	91
<b>Глава 4. Ассортимент товаров: понятие, основы формирования и управления .....</b>	<b>115</b>
4.1 Понятие и основы формирования ассортимента товаров, проведение анализа ассортимента .....	115
4.2 Управление категориями в формировании эффективного ассортимента товаров.....	126
<b>Глава 5. Факторы, формирующие качество товаров .....</b>	<b>141</b>
5.1 Жизненный цикл продукции .....	141
5.2 Стадия формирования требований к товару .....	145
5.2.1 Изучение требований потребителей .....	145
5.2.2 Изучение законодательных и нормативных требований к характеристикам товара, источники технических барьеров .....	148
5.3 Стадия проектирования товаров и услуг .....	155

5.4 Стадия производства товаров.....	168
5.5 Управление качеством, система контроля качества, коррекция несоответствий.....	175
<b>Глава 6. Факторы, сохраняющие качество товаров.....</b>	<b>182</b>
6.1 Условия транспортирования и хранения.....	182
6.2 Упаковка и ее маркирование .....	192
6.3 Потребительская маркировка товаров.....	202
6.3.1 Основные функции и структура потребительской маркировки.....	202
6.3.2 Требования к информации для потребителя.....	209
6.3.3 Маркировка пищевой ценности продуктов питания: русский и международный опыт.....	215
6.3.4 Маркировка продуктов без ГМО и произведенной без генной инженерии: русский и международный опыт.....	221
6.3.5 Маркировка энергетической эффективности непродовольственных товаров .....	233
<b>Глава 7. Идентификация в целях прослеживаемости продукции на стадиях жизненного цикла, использование цифровых инструментов .....</b>	<b>237</b>
7.1 Идентификация продукции с помощью контрольных информационных знаков на территории ЕАЭС .....	237
7.2 Идентификация и прослеживаемость товаров в международной системе GS1 .....	240
<b>Список использованной литературы .....</b>	<b>248</b>